

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
POSGRADO EN PSICOLOGIA SOCIAL**

**“LA CIRCULACIÓN DE LAS EMOCIONES DE LOS ADOLESCENTES EN LA RED
SOCIAL FACEBOOK: ESTUDIO DE CASO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA,
COLOMBIA”**

**IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN PSICOLOGÍA SOCIAL**

PRESENTA:

KENDY PAOLA TAPIA DIAZ

Matrícula: 2213801320

ORCID: 0009-0001-3510-2512

DIRECTOR: DR. JOSUÉ RAFAEL TINOCO AMADOR

JURADO:

**PRESIDENTA: DRA. SILVIA GUTIÉRREZ VIDRIO
SECRETARIO: DR. JOSUÉ RAFAEL TINOCO AMADOR
VOCAL: DR. RAÚL ROMERO RUIZ
VOCAL: DR. MARCO ANTONIO GONZÁLEZ PÉREZ**

IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO

26 de agosto, 2024

AGRADECIMIENTOS

En este momento de mi vida tengo mucho por agradecer.

En primer lugar, agradezco a Dios por la oportunidad de culminar este logro rodeado de personas increíbles y que, sin duda, hicieron mi estancia en México una experiencia agradable dentro y fuera del plantel educativo.

Al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT), por el apoyo económico otorgado para la realización de mis estudios de Maestría.

A mis padres, que desde la distancia siempre fueron mi faro, mi fuerza y mi motivación para trabajar diariamente en este propósito, sin ustedes esto no hubiese sido posible.

A Adalberto López, por ser mi mejor cómplice en esta aventura.

A las amistades que me ha dejado la universidad, Celerino, Amaury, Edgar, Javier, Lily, Daniela, Daniel y Rubí: colegas que me regala la psicología social para toda la vida, gracias por tantos conversatorios epistémico, siempre estarán en mi corazón. La presencia de cada uno de ustedes durante este tiempo fue una bonita red de apoyo.

A mis profesores, por dejar huellas en mi formación, gratos recuerdos y clases me invitan a ser una maestra comprometida con la academia y la investigación, gracias por tanto aprendizaje. Con un especial agradecimiento a mis asesores, Josué Tinoco y Raúl Romero por sus sugerencias, consejos y respaldo durante el desarrollo de la investigación.

A la Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa, por abrirme sus puertas, siempre me sentiré orgullosa de haber pertenecido a esta gran institución, me han regalado la más bonita y significativa experiencia a nivel personal y profesional.

¡Que viva la universidad pública y que viva México!

Por siempre, GRACIAS.

Índice

Resumen.....	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1.....	6
Hacia una aproximación teórica de la circulación de las emociones en la red social Facebook	6
1.1 Las emociones en la socialidad en línea: entre lo privado y lo público.....	8
1.2 La narrativa y el proceso de circulación de las emociones	10
1.3 Las gestualidades como narrativas en la circulación de las emociones.....	12
1.4 Las redes sociales: un espacio para la expresión de las emociones	13
CAPÍTULO 2.....	20
Las emociones en el entorno digital: adolescentes en Facebook.....	20
2.1. La adolescencia desde una perspectiva psicosocial	20
2.2 Facebook una red para la comunicación y la interacción	23
2.2.1 Historia de Facebook	24
2.3 Ventajas y desventajas del uso de Facebook para los adolescentes.....	27
2.4 Facebook y el contagio emocional.....	35
2.5 Estudio de caso sobre el uso del internet en los adolescentes colombianos	46
2.6 La circulación de las emociones de los adolescentes en la red social Facebook: Barranquilla	48
CAPÍTULO 3.....	52
Método de estudio.....	52
3.1 Consideración	52
3.2 Desarrollo de la investigación.....	52
3.3 Unidades de observación y de análisis.....	53
3.4 Descripción de los instrumentos de recolección de información.....	55

3.5 Procedimiento de aplicación de cuestionario y entrevistas.....	57
3.6 Operacionalización de conceptos y categorías de análisis.....	58
3.7 Tratamiento del corpus	60
3.8 Análisis e interpretación de los resultados.....	60
3.8.1 Tratamiento cualitativo: una aproximación interpretativa-comprensiva	61
3.9 Razón técnica y metodológica de los instrumentos para el análisis de los datos.....	62
CAPÍTULO 4.....	63
Resultado del análisis empírico de la circulación de las emociones en Facebook	63
4.1 Estudio de caso del primer momento.....	63
4.2 Segundo momento	71
4.2.1 Entrevistas.....	71
DISCUSIONES GENERALES	79
CONCLUSIONES	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXOS	101
A. Ejemplo de cuestionarios sobre redes sociales	103

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. localidades de Barranquilla.....	49
---	----

Índice de tablas

Tabla 1. Esquema de unidades de observación y su descripción.....	54-55
Tabla 2. Procedimiento de aplicación de cuestionarios y entrevistas	57-58
Tabla 3. Sistema categorial de análisis	59-60
Tabla 4. Matriz de frecuencia múltiple y rango	65-66
Tabla 5. Análisis Prototípico y Categorial de aproximación al núcleo central.....	69

Índice de figuras

Figura 1. Asociación entre las variables principales: emociones, redes sociales y sexo	64
Figura 2. Nube de palabras	67
Figura 3. Análisis de similitud de palabras	68
Figura 4. Grafo de representación del núcleo y periferias	70
Figura 5. Grado de saturación en las entrevistas por niveles, categorías y subcategorías	73
Figura 6. Perfiles fisiológico/adaptativos.....	74
Figura 7. Perfil conductual/expresivo	74
Figura 8. Perfil cognitivo/subjetivo	75
Figura 9. Grado de intersección de categorías y subcategorías en las entrevistas por segmentos codificados en un mapa de código	76
Figura 10. Grafo de concurrencia de indicadores en las entrevistas	77
Figura 11. Nube de códigos del sistema de análisis de las entrevistas	78

La circulación de las emociones de los adolescentes en la red social Facebook: un estudio de caso en la ciudad de Barranquilla.

Resumen

En el presente estudio se busca analizar el modo en que circulan las emociones en Facebook tomando como sujeto de estudio un grupo de adolescentes de una institución educativa de la ciudad de Barranquilla. Para responder la pregunta de investigación se propone un enfoque metodológico de tipo cualitativo, cuyos instrumentos de recolección de información fueron cuestionarios y entrevistas semiestructuradas, los cuales fueron procesados y analizados con la ayuda de los softwares estadísticos MaxQDA e IRaMuTeQ. En el estudio se encontró que la red social Facebook es un medio en el cual circulan múltiples emociones que los adolescentes expresan a través de los contenidos que comparten con sus pares interconectados. Las entrevistas y las encuestas dieron cuenta de la amplitud de manifestaciones de emociones como la felicidad, la ansiedad y la tristeza como las más frecuentes, siendo determinantes en la circulación de estas emociones la diversidad de contenidos audiovisuales que ahí proliferan, así como las dinámicas propias del algoritmo de Facebook. Se concluye que esta red social genera escenarios donde circulan diversas emociones que son estimuladas desde el propio algoritmo de Facebook a través de una previa identificación de gustos e intereses, que sugieren ciertos contenidos a sus usuarios.

Palabras clave: Adolescencia, emociones, redes sociales, Facebook, circulación emocional.

Abstract

This study seeks to analyze the way in which emotions circulate on Facebook, taking as the subject of study a group of adolescents from an educational institution in the city of Barranquilla. In order to answer the research question, a qualitative methodological approach is proposed, whose data collection instruments were questionnaires and semi-structured interviews, which were processed and analyzed with the help of the statistical software MaxQDA and IRaMuTeQ.

The study found that the social network Facebook is a medium in which multiple emotions circulate and are expressed by adolescents through the content they share with their interconnected peers. The interviews and surveys showed that emotions such as happiness, anxiety and sadness are the most frequent manifestations, and that the diversity of audiovisual content that proliferates there, as well as the dynamics of the Facebook algorithm, are decisive in the circulation of these emotions. It is concluded that this social network generates scenarios where diverse emotions circulate and are stimulated by Facebook's own algorithm through a previous identification of tastes and interests, which suggest certain contents to its users.

Keywords: Adolescence, emotions, social networks, Facebook, emotional circulation.

INTRODUCCIÓN

El siglo XIX estuvo marcado por la novedad de la revolución industrial, el auge del capitalismo y la industria que trajo consigo la expansión de la idea de progreso y desde entonces el mundo no ha modificado esa ruta. Actualmente nos encontramos en la era digital, marcada por la revolución tecnológica ha generado una metamorfosis en las formas de experimentar la realidad, en ese sentido, los individuos no están más separados y aislados por las fronteras geográficas y físicas ya que la tecnología ha roto las barreras y ha logrado interconectar al mundo. Es tan esencial la tecnología en la actualidad, al punto de parecer inimaginable una vida sin celular o redes sociodigitales. Muy a pesar de que existan individuos que aún se abstienen de su uso, lo cierto es que casi todo el funcionamiento de nuestras sociedades depende hoy en día de la conectividad a inalámbrica y de la comunicación reticular a través de móviles.

Por su parte, las nuevas generaciones llegan a un mundo dominado por la tecnología digital. Los miembros de esta generación, que pasa horas conectada a dispositivos tecnológicos tales como teléfonos celulares, *tablets* y computadoras portátiles son denominados nativos digitales. Según Errandosoro y Elissondo (2009), el término de nativos digitales fue propuesto por Marc Prensky en la primera década del siglo XXI para referirse a todos aquellos nacidos bajo la influencia de las tecnologías de la información y la comunicación. Por tanto, hablamos de una generación familiarizada con el ámbito tecnológico y que tiene habilidades innatas para manejar de forma eficiente las relaciones sociales virtuales.

El fácil acceso a internet y la variedad de plataformas disponibles han hecho de las redes sociodigitales el medio más popular para la comunicación, el intercambio de información y el entretenimiento. Sin embargo, existe una gran preocupación por el impacto en la vida de los jóvenes. Comunicar, recibir e intercambiar información es una de las actividades centrales del mundo digital, los nativos digitales son destacados consumidores de este tipo de contenidos ya que tienen acceso a diversas redes y plataformas digitales a través de las cuales intercambian experiencias culturales, juegos, moda, tendencias, por lo que las redes sociodigitales se han transformado en entornos a través de los cuales manifiestan emociones, deseos y formas de pensar.

En un estudio reciente, Fernández-Rovira (2022) afirma que en España los adolescentes y jóvenes están conectados a la red gran parte de su jornada diaria. La investigación, la cual encuesta a 572 personas en un rango de edad entre los 15 y 26 años, encuentra que los usuarios pasan más

de 5,5 horas diarias conectadas a las redes sociodigitales. En otra investigación que examina como los estudiantes de secundaria de cuarto grado (de 14 a 16 años) utilizan las redes sociales, se descubrió que la mayoría de ellos tienden a conectarse con pares contemporáneos y entorno cercano. Asimismo, muchos de estos jóvenes actúan como observadores y participantes en situaciones ofensivas en línea (Dans Álvarez-de-Sotomayor y otros, 2021).

En México, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información de los Hogares (ENDUTIH) en 2022 el 93.8% de los mexicanos utilizan la Internet para la comunicación, el 89.9% para buscar información y finalmente un 89.9% corresponde al acceso a las redes sociodigitales. Las edades de los usuarios por tiempo de navegación oscilan entre los 17 y los 24 años. Facebook es la segunda red sociodigital con mayor uso por los jóvenes entre 12 y 29 años, con un porcentaje de 90.6%, seguida de WhatsApp con un 92.3% (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2023).

Los dispositivos móviles permiten publicar en tiempo real lo que está haciendo, lo que está pensando o cómo se está sintiendo el usuario en ese momento. Las publicaciones sobre tales estados circulan de forma rápida en las redes sociodigitales y suelen ir acompañadas de fotos, videos, símbolos o música, permitiendo que otros usuarios puedan ver lo que la persona está experimentando, estimulando formas de sentir, opiniones e impresiones que pueden generar reacciones de empatía o de rechazo.

Estas dinámicas nos motivan a analizar las formas a través de las cuales la dimensión afectiva queda expuesta en la virtualidad y como las redes sociodigitales como Facebook se tornan hoy en un medio para expresar e inclusive hacer catarsis de emociones que en la vida cotidiana no se expresan con facilidad. Esta investigación analiza la manera en que los adolescentes expresan sus emociones y los procesos detrás de la circulación de tales emociones en Facebook, puesto que son una población significativa de consumidores y productores de mensajes en las redes sociodigitales y además porque la adolescencia es una fase central en el desarrollo de la identidad, de las interacciones sociales y en la consolidación de la personalidad, elementos estrechamente vinculados al dominio de las emociones.

Son claves en esta investigación los conceptos de adolescencia, emociones y redes sociodigitales. Entendemos por redes sociodigitales un espacio público, a través de los cuales es posible expresar diversas opiniones e interactuar con infinidad de personas. Un espacio virtual que

ofrece distintas alternativas para el ocio, como video juegos, videos, moda, cultura, política, video llamadas y chats. En concordancia con lo anteriormente dicho, esta investigación plantea de forma general la siguiente pregunta: *¿Cómo circulan las emociones en el ámbito digital?* y de forma un poco más puntual se pregunta por las emociones que circulan con más frecuencia, *¿Facebook se ha constituido en un entorno para expresar públicamente la intimidad y los sentimientos personales, los motivos que alientan a los adolescentes a expresar sus estados de ánimo en la red?* y, por último, conocer los riesgos que dicha exposición conlleva.

El documento está organizado en 4 capítulos. El primer capítulo propone una revisión general de la literatura especializada sobre la circulación de las emociones. En los diferentes subcapítulos que lo integran se articula el concepto de circulación de las emociones con los aspectos esenciales de los procesos de interacción sociodigital y su relación con las características psicosociales de los adolescentes. El segundo capítulo, *La expresión de las emociones en el ámbito digital: adolescentes y la red sociodigital Facebook*, propone una descripción del uso de las redes sociales, así como una caracterización de la adolescencia como fase fundamental del desarrollo humano y los procesos psicosociales que se gestan en esta etapa para comprender por qué las redes sociodigitales son tan atractivas para las nuevas generaciones. Por consiguiente, el objetivo del capítulo es demostrar desde un plano general la influencia que tiene esta red social sobre las emociones de los adolescentes. Un tercer capítulo propone el enfoque metodológico para el estudio de la circulación de las emociones en Facebook. Los datos fueron recolectados a través de cuestionarios, entrevistas y etnografía digital y para el análisis e interpretación de los mismos se usó los paquetes estadísticos MaxQDa e IRaMuTeQ. El cuarto capítulo presenta los hallazgos arrojados por el análisis empírico, lo cual demuestra que la circulación de las emociones depende de muchos factores como el contenido que consumen y comparten los adolescentes. Finalmente, para discutir los resultados se propone un capítulo sobre discusiones generales y otro para las conclusiones.

CAPÍTULO 1

Hacia una aproximación teórica de la circulación de las emociones en la red social Facebook

La revolución tecnológica del siglo XIX ha generado una secuencia de avances significativos en el campo de las tecnologías de la comunicación. En la actualidad, el internet podría considerarse como la principal fuente de información, socialización y ocio del cual hacen uso tanto la familia como los jóvenes y adolescentes. En este contexto, la incidencia que generan las interacciones digitales sobre la personalidad y las formas de pensar y sentir de jóvenes y adolescentes, abre una serie de interrogantes sobre las consecuencias de estas prácticas, sus impactos negativos y positivos, sobre todo lo que atañe al uso de las redes sociodigitales. Diferentes estudios han alertado sobre los posibles impactos del uso de las redes sociodigitales sobre las emociones y los modos de expresión, particularmente de las nuevas generaciones por lo que enfatizan la necesidad de acompañar las prácticas digitales de esta población. De ahí la importancia académica de entender los procesos a través de los cuales las emociones circulan en el entorno virtual, solo así es posible identificar sus posibles efectos sobre los adolescentes.

Para Ahmed, (2015), una de las teóricas más importantes sobre la circulación de las emociones, las emociones son transmitidas a través de “gestualidades”, expresiones y acciones sociales. En el proceso de expresión de una emoción existe una especie de funcionalidad comunicativa que entrelaza la emoción con la sensación corporal y la cognición. De ahí que la circulación emocional retome los argumentos vinculados principalmente a los enfoques que definen las emociones a partir de las sensaciones corporales y en menor medida en las sensaciones de tipo cognitivo.

En las redes sociodigitales, las prácticas comunicativas dan notabilidad a las emociones; dado que, como afirman González y Martínez, “las emociones en las redes sociales tienen una gran incidencia para crear un bienestar público, ya que si una persona se encuentra satisfecha con algún servicio lo expresará en sus redes sociales y esto tendrá influencia sobre los demás” (2017, pág. 4). Se podría decir, parafraseando a Ahmed, que las formas de expresión social en el ámbito digital se establecen a partir de prácticas comunicativas, las cuales condicionan los mecanismos a través de los cuales las emociones instituidas en la socialidad virtual circulan. Un agravio, una acción

poco ética, etcétera, pueden activar un proceso de circulación emocional, reflejados a través de una reacción, un comentario en el entorno digital.

Como se expuso anteriormente, las emociones circulan a través de prácticas comunicativas. El proceso de circulación de las emociones se concibe como un flujo que fluye en un nuevo ambiente socio-comunicacional (Neto, 2020). De este modo, las emociones “aparecen producidas por prácticas digitales que a menudo celan relaciones de biopoder bien definidas y compartidas en la sociedad digital actual” (Belli & De Eugenio, 2014, pág. 58). En consecuencia, el marco social digital regula la manera en que las prácticas comunicativas ocurren y promueve acciones que acentúan el proceso de circulación de las emociones. De ahí que el sentir que fluye entre individuos conectados transmita cargas emocionales que se vuelven pegajosas y hacen sentir al otro lo que yo siento. Las emociones en las redes sociales se comparten cuando lo que yo siento (emisor) lo expreso públicamente para que otros (receptor) muestren niveles similares de emocionalidad a través de una reacción o un comentario, lo que implica que un sentir pueda alcanzar un alto grado de circulación significativo (Ahmed, 2015).

Las emociones en las redes sociodigitales circulan a través de distintos procesos de interacción; debido a que, desde la individualidad, eso que está "adentro" busca distintos medios para expresarse y circular, produciendo “un conjunto de cambios de escala y de transformaciones” (Carlón, 2020, pág. 169); es así que, las pautas para llevar a cabo el proceso de circulación son establecidas a través de los vínculos sociales, las formas comunicacionales y los cambios relacionales (Carlón, 2020).

Si bien la digitalización de la vida social había alcanzado un nivel de penetración significativo en los últimos años, la aparición del COVID-19 contribuyó a acelerar dicho proceso. El confinamiento intensificó las nuevas formas de relacionamiento ya existentes en redes sociales y, como consecuencia, la emergencia de nuevas formas de experimentar las emociones (Pasquel & Valerio, 2021). Dicho fenómeno global contribuyó a la masificación de prácticas comunicativas, donde las expresiones virtuales se visualizan debido a “la reacción mediante emociones a los mensajes emitidos por los demás miembros del círculo del usuario” (Rubio, 2016, pág. 226). Las publicaciones, los comentarios y otras formas de compartición en las redes sociodigitales propician estrategias de circulación de las emociones, que le dan forma a la socialidad en línea; donde “las interacciones sociales se hacen visibles a través del lenguaje, y por esta razón, están estrictamente

vinculadas con nuestras emociones” (Belli & De Eugenio, 2014, pág. 56). Estas formas de interacción social exponen complejidades en la relación y expresión de las emociones.

En síntesis, es común que en el entorno digital las interacciones se conviertan en mecanismos a través de los cuales se transmiten emociones individuales y colectivas. En este ambiente, como sugiere Van Dijck (2016), la conectividad se organiza a lo largo de una serie de funcionalidades que habilitan las plataformas para transformar la socialidad en un activo redituable. Estas funcionalidades como el “me gusta” en Facebook o el hashtag en Twitter también podrían en el mismo sentido que facilitar la comunicación la circulación emocional. La viralización de prácticas sociales en la red produce el movimiento de las emociones de un punto a otro entre usuarios interconectados. En otras palabras, compartir gustos, sentimientos, pensamientos puede ser un impulsor de la interacción en línea y factor de articulación entre lo íntimo y lo público.

1.1 Las emociones en la socialidad en línea: entre lo privado y lo público

Para Chóliz, “las emociones son una experiencia multidimensional con tres sistemas de respuesta: cognitivo/subjetivo, conductual/expresivo y fisiológico/adaptativo” (2005, pág. 34). Esta perspectiva, asume, en la línea de Vigotsky (2004), que las emociones son un microsistema dinamizado por el conductismo y el organicismo. En general, las emociones es un elemento central de la conducta humana en tanto en cuanto son respuestas o reacciones psicofisiológicas a los estímulos externos (Chóliz, 2005).

En las redes sociales, las emociones circulan por medio de una tecnogramática expresada en símbolos como las reacciones, los comentarios y los *likes* que recrean las interacciones entre usuarios y construyen narrativas que son socialmente compartidas. Parafraseando el proceso de circulación de sentido de Carlón, podría argumentarse que la circulación de las emociones se orienta por un proceso constante que va “de adentro hacia afuera y desde afuera hacia adentro” (Carlón, 2020, pág. 168). En este proceso, lo que está adentro se relaciona con la cognición del individuo y lo que está afuera con las complejidades colectivas que se dan en la sociedad. Nuevamente, para Carlón, “los discursos que circulan desde *afuera hacia adentro* pueden llegar a tener un gran poder de impacto” (2020, pág. 170), debido a que el receptor construye sus propias formas de apropiación cultural de las emociones, es decir, interioriza las narrativas colectivas que generan identidades desde la emoción y comparte de esta manera el sentir del otro.

Lo privado y lo público desempeñan un rol destacado en la circulación de las emociones, la virtualidad se ha convertido en un reflejo del yo interior, permite el flujo de emociones, de expresiones internas que afloran en la interacción virtual, tornándose públicas, compartidas, visibles y, sobre todo, susceptibles de ser aceptadas como sentires comunes entre distintas personas y personalidades. Lo interno, eso que “lleva por dentro” se exterioriza a través de la sociabilidad de las emociones (Ahmed, 2015). Dicho lo anterior, la circulación de las emociones se debe a estímulos internos que trascienden a lo público por medio de gestualidades individuales y colectivas en las redes sociales. La misma Ahmed considera que “el argumento sobre la sociabilidad de las emociones adopta una forma similar al psicológico, aunque un cambio de dirección obvio. El modelo “de adentro hacia afuera” se ha convertido en un modelo de “afuera hacia adentro” (2015, pág. 33).

La sociabilidad expuesta por la circulación de las emociones se convierte en un “recibir” y “dar” desde la socio-virtualidad. La sociabilidad, entonces, infiere que aquello que es privado se colectiviza en el momento de la exterioridad de las emociones; sale a lo público desde el compartir del otro que se apropia de lo expuesto para ser un “nosotros”. Dicha circulación se genera a través de estímulos que generan respuestas socioafectivas en el proceso de interacción social en la red, tal es el caso por ejemplo de las reacciones en Facebook, estas reacciones afectan de alguna manera la vida misma de los internautas (Lorente, 2015).

La idea de comunicar a la sociedad todo aquello que el individuo tiene dentro de sí mismo ha sido el eje fundamental en la socialización de las emociones. En su privacidad, el individuo contiene las emociones como una barrera, como una pared que debe ser derrumbada para liberarse de aquel suceso íntimo que le genera una especie de carga interna. De allí que el espacio virtual se convierte en el muro de la expresión de las emociones generando un espacio de socialización emocional, dado que, el proceso a través del cual las emociones se masifican se da a partir de la circulación, la cual está articulada con el proceso de socialización mismo.

Además, la socialización se convierte en un encuentro de pantallas, donde el “cara a cara” se transforma en una interacción entre el yo privado y una pantalla, en una especie de presentación del yo. Es decir, la intimidad del adolescente se expone ante los otros por medio de narrativas verbales y no verbales, cuyo uso se limita a la composición de gestualidades para transmitir un

sentir. Mostrar a través de la red social las emociones lo que está “dentro” y que se externaliza por medio de “símbolos gestuales”.

1.2 La narrativa y el proceso de circulación de las emociones

Desde una perspectiva discursiva, las emociones forman parte de un discurso. Los mensajes en las redes sociales “involucran tanto sentimientos afectivos (dolor y placer) como deseos de acción” (Gil, 2014, pág. 36). Las emociones se plasman mediante relatos expuestos en las redes sociales, volviéndose como afirma Ahmed en atributos colectivos, “que se construyen como siendo en tanto están sintiendo” (2015, pág. 22). Por ejemplo; la palabra pasión, se relaciona con el ser pasivo, “comparten la misma raíz latina, *passio*, que significa “sufrimiento”. Se reflejan, en este sentido, emociones referentes a lo negativo, donde lo “flexible”, lo “blando” es “como una negación que ya se siente como un sufrimiento” (Ahmed, 2015, pág. 22). Este tipo de acciones discursivas pueden mapearse en las redes sociodigitales a partir de las reacciones, comentarios o videos que comparten los individuos con sus pares interconectados.

Como aporte al debate teórico de las emociones, Ahmed (2015) reformula la pregunta de James (1985) ¿qué son las emociones? por otra que dé cuenta de los efectos de las emociones sobre la vida social ¿qué hacen las emociones? de tal manera que la teoría pueda explicar el modo en que “las emociones moldean las superficies mismas de los cuerpos, que toman forma a través de la repetición de acciones a lo largo del tiempo, así como a través de las orientaciones de acercamiento o alejamiento de los otros” (2015, pág. 24). Las emociones repercuten en la construcción de las corporalidades; en este sentido, hacen del sujeto una imagen representativa de los afectos.

Las emociones son una reacción subjetiva al entorno acompañadas de cambios incluso fisiológicos. Por consiguiente, como sugiere Delgado, “las emociones cumplen una función adaptativa, puesto que indican estados internos personales, motivaciones, deseos, necesidades e incluso objetivos” (2016, pág. 16). Si se analiza lo que ocurre con las emociones en las redes sociodigitales, es probable que estas plataformas actúen como canales de comunicación de las emociones en un doble sentido. Por una parte, los discursos, narrativas y mensajes que por ellas circulan podrían despertar emociones en los usuarios, por la otra, estos mismos factores podrían

alterar nuestro ánimo y nuestra percepción, es decir, cambiar la dimensión emocional de la persona (Infosalus, 2016).

Los comentarios y las reacciones en las redes sociodigitales transmiten emociones. Ahmed identifica este proceso de transmisión en la escritura de cartas. En ellas, lo que se escribe y la manera en la que se hace convierte la carta en un medio de transmisión de emociones. Las emociones (indignación, tristeza, alegría, etc.) que debería sentir el receptor cuando lee la misiva “permite que entre en una relación con el otro” (Ahmed, 2015, pág. 48). Es decir, el sentir que transmite el emisor por medio de la narración es un tipo de mecanismo de circulación de las emociones, donde “las emociones negativas de indignación y tristeza se evocan como pertenecientes a la lectora: el dolor de los otros se vuelve “nuestro” (2015, pág. 48).

De la misma manera, es posible pensar la circulación de las emociones en las interacciones que tiene lugar en las redes sociodigitales, a través de las cuales los usuarios construyen vínculos que transmiten emociones y donde la narrativa, la imagen, etcétera., desempeñan roles importantes al momento de ser el centro de las emociones. Tal y como lo menciona Bericat, “la emoción es una conciencia corporal que señala y marca esta relevancia, regulando así las relaciones que un sujeto concreto mantiene con el mundo” (2000, pág. 2). Los movimientos, las gestualidades se convierten en la manera en que las emociones se manifiestan, es decir que, la comunicación de las emociones entre los adolescentes es compartida para llevar a cabo la comprensión y el reconocimiento del sentir emocional del otro.

El proceso de circulación revela que “el sujeto de las emociones no es, por tanto, un organismo o cuerpo herméticamente aislado del entorno, sino un sujeto obligado a lograr sus metas relacionándose con los otros y con las otras cosas existentes en su medio” (Bericat, 2012, pág. 2). Desde esta perspectiva, las emociones no son propias de la fisiología o simples respuestas mecánicas, sino que como sugiere Bericat:

La experiencia emocional de un sujeto dependerá de muchos factores: de cómo valore consciente y/o inconscientemente los hechos; de a qué/quién atribuya la causa/responsabilidad de esos hechos; de sus expectativas ante la situación; de la identidad social activa en cada momento; o de la identificación del sujeto con otras personas, grupos o colectivos (2012, pág. 2).

El uso continuo de las redes sociodigitales producen impactos que repercuten en el estado de ánimo de los usuarios (Gómez & Marín, 2017). Por ejemplo, la aceptación social, baja autoestima, depresión, entre otros conflictos emocionales (Chóliz, 2005). De ahí que los usuarios usen las funcionalidades de la red para ocultar aspectos que consideran negativos y mostrar solo esa parte que puede ser aprobada por los demás. Tal y como sugiere un reporte de un estudio publicado en un periódico ecuatoriano:

Es frecuente publicar fotos de épocas en que eran más jóvenes, muy producidas o retocadas, también están los que ponen fotos de otras personas lindas y jóvenes. Quien tenga baja autoestima puede dar rienda suelta a sus deseos y fantasías mucho más fácil a través de las redes, ya que no hay que poner la cara para afrontar las mentiras y resulta mucho más fácil que hacerlo personalmente. (Diario Metro, 2018)

En consecuencia, siguiendo a Ahmed, (2015) son las formas comunicativas entre los individuos las que plantean escenarios posibles para la reconfiguración de la vida social (Ahmed, 2015). La motivación que presenta el individuo para exponer sus pensamientos y deseos se dan a partir de la “emocionalización” de la vida pública. El giro afectivo en este sentido plantea un elemento ontológico que explica de mejor manera la realidad emocional. Puesto que, desde este enfoque, los afectos y las emociones orientan las preocupaciones teóricas en las ciencias sociales actuales.

Lara y Domínguez (2013) sugieren que no es el construccionismo o el enfoque basado en las representaciones sociales las que determinan al individuo frente a la realidad social, son sus emociones y afectos lo que definen la capacidad de generar cambios en el espacio social. De esta manera, se plantea una ruptura teórica con la orientación epistemológica establecida por el construccionismo y en su lugar se propone, siguiendo el giro afectivo, que las emociones del individuo pueden transformar el contexto social.

1.3 Las gestualidades como narrativas en la circulación de las emociones

Para algunos autores, “la naturaleza de las emociones es relacional” (Bericat, 2012, pág. 2). El modo en que se comunican las personas muchas veces enaltece las narrativas emocionales; el entorno y las situaciones a las que están expuestos potencializan las diferentes formas en las que

se manifiestan las emociones. Es así como los gestos se convierten en las acciones simbólicas del cuerpo para transmitir las emociones.

Las gestualidades son más movimientos y expresiones corporales que acompañan la narrativa y facilitan la circulación de las emociones. Estas gestualidades fortalecen la acción comunicativa en la interacción social, pues pueden ser utilizadas para complementar, reforzar o sustituir la funcionalidad del lenguaje verbal. En el ámbito social, los movimientos corporales dados por la interiorización experimental de un hecho, fortalecen el mensaje que lleva intrínseco el sujeto. Por ejemplo, la transmisión del dolor o de la felicidad se expresa a través de la sonrisa o el llanto (dado el caso). El desplazamiento de la emoción hacia el otro radica en la expresión corporal de la emoción; mostrar el sufrimiento causado por alguna pérdida en un video o un comentario acompañado de un emoji transmite el sentir del sujeto ante tal situación.

Ese tipo de comunicación entre los sujetos a través de la gestualidad produce una comunión, una circulación de emociones. La identificación con el sentir del otro promueve un acompañamiento de la emoción, la cual puede ser expresada por medio de las funcionalidades que habilita la plataforma para la socialidad.

Las conexiones entre individuos en las redes sociales pueden estar acompañadas con alguna emoción de acuerdo con lo que se expone y trasmite, incentivando así una circulación de la misma. Por ejemplo, en los procesos de circulación del odio, Ahmed (2015) se pregunta si el odio es una emoción que funciona como una lupa a través del cual ciertos colectivos leen el cuerpo de los otros. En otras palabras, si el odio funciona como una emoción que alinea a ciertos sujetos en contra de otros.

1.4 Las redes sociales: un espacio para la expresión de las emociones

Según algunos especialistas, una red sociodigital es “una estructura constituida por un grupo de individuos que comparten gustos, relación o actividad a través de internet” (Ponce, 2012, pág. 12). Dentro de esta perspectiva, según el autor, las redes en línea son utilizadas para los encuentros sociales y a través de sus interacciones los usuarios manifiestan cuáles son sus intereses de consumo de información.

Por otro lado, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) definen las redes sociodigitales como:

“servicios prestados a través de internet que admiten que los usuarios puedan crear un perfil público con datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten relacionarse con otros usuarios y localizarlos en función de las características en sus perfiles” (2008, pág. 7). Existe una gran variedad de plataformas de redes sociales, con sus temáticas, sus modalidades propias, sin embargo, en este apartado se harán énfasis en las redes sociales generales o aquella cuyo uso es principalmente de ocio que facilita y promueve la interacción social entre los usuarios.

A partir de lo anterior, el espacio sociodigital sería un campo activo de circulación de las emociones. Por otro lado, es importante señalar que en la era digital la mayor parte de la actividad humana ha sido transformada o impactada por plataformas sociodigitales, por lo que es inevitable no sentir diversas emociones ante las expresiones de situaciones reales proyectadas a través de la pantalla.

Sin embargo, también es importante resaltar que no todos los sujetos reaccionan de la misma manera a los estímulos generados por las redes sociales, habrá entonces que analizar el modo en que estas interacciones entre jóvenes y adolescentes tiene lugar puesto que como se ha mencionado son ellos a quienes comúnmente se les denominan nativos digitales. A diferencia de las anteriores generaciones, como la de sus padres o abuelos que se enfrentan a las novedades de la técnica muchas veces sin comprenderla, los nativos digitales tienen una mayor destreza no solo porque nacieron bajo el influjo de las tecnologías de la digitalización sino por el uso constante que hacen de los dispositivos móviles. En síntesis, se trata, por un lado, de la adquisición de nuevas habilidades comunicativas que van de forma conjunta con los avances tecnológicos, pero, por otra parte, de la pérdida de otras formas de comunicación tradicional que podrían producir otro tipo de efectos en la vida rutinaria de las personas y en la comprensión del mundo. En ese sentido, es importante que la familia pueda ejercer una influencia capaz de equilibrar las experiencias virtuales con las experiencias familiares y que facilite la construcción de espacios de entretenimiento colectivos, ya que el tiempo frente a los dispositivos electrónicos tiende a ser individual.

A pesar de ello, el espacio sociodigital permite la expresión de diversas emociones, jóvenes y adolescentes comparten sus experiencias y se integran a grupos que les brindan nuevas oportunidades de sociabilidad, adquiriendo de esta manera nuevos saberes vinculados con el aporte que cada miembro de la comunidad hace. Intercambiar experiencias y puntos de vista en estos

espacios de apoyo les permite hacer nuevos contactos que podrían generarle reconocimiento (Rheingold, 2002).

La reproducción y circulación rápida de contenidos en las redes sociodigitales, los historiales de búsqueda, la información que se publica en redes sociodigitales como Facebook, por ejemplo, generan reacciones rápidas que el algoritmo¹ suele captar con facilidad, presentando al navegante de la red múltiples opciones de vínculos comunes, así, de forma automática le son sugeridos contenidos, amistades, publicidad capaz de estimular y captar la atención del receptor. En ese sentido existe una creencia de que es mucho más práctico y fácil crear vínculos afectivos a partir de la expresión de contenidos similares con el otro.

Todos los elementos compartidos en el espacio digital tienen un punto de origen en la vida cotidiana, territorio en el cual también circulan las emociones, sin embargo, es un espacio donde no se las puede admitir tan libremente o donde algunas barreras impiden expresarlas abiertamente.

Las pautas normativas que se establecen en los diversos entornos que habitamos sirven para regular las conductas, para moldear comportamientos y para controlar los impulsos. De allí que existan normas de conducta a las cuales debemos acatar para garantizar una convivencia saludable, sobre todo en espacios públicos. Estas pautas adquiridas a través de los primeros referentes sociales, la familia y la escuela, permiten diferenciar los aspectos que hacen parte de la vida social de aquellos que hacen parte del espacio privado. En ese orden de ideas, la vida cotidiana suele ser el punto de origen, la referencia que toman los seres humanos para establecer vínculos comunicativos, es desde allí que circulan las emociones, solo que, en un estado regularizado y controlado.

La “vida cotidiana” se caracteriza por «educar» y «educarse». En ese sentido, las funciones y las formas de vinculación social son establecidas por las particularidades propias de la cotidianidad ejercida en la sociedad. Entonces, el «particular» es todo ser humano singular cuya principal cualidad es su “socialidad”, en ese sentido, cultivar esta cualidad es apropiarse de la cotidianidad y sus “sistemas de usos”. En este proceso, la conciencia del yo aparece simultánea a la conciencia del «mundo» y no pueden existir separadas, y para garantizar la socialización saludable, es necesario ejercer un control sobre ciertas emociones.

¹ Conjunto de reglas que se introducen en un sistema computacional para dar respuesta a problemas específicos.

Ahora bien, lo que permiten las redes sociales es reflejar esa cotidianidad de manera masificada y en constante circulación, acompañadas de diferentes elementos simbólicos y audiovisuales que estimulan los sentidos de sus receptores. Esa cotidianidad pasa de ser un acontecimiento trivial, para tornarse un espectáculo intensificado por el alcance y las reacciones generadas en el mundo virtual. Lo que para los adolescentes y jóvenes de la actual generación aparece como atractivo y emocionante.

En el espacio sociodigital, se generan interacciones diferentes a las del mundo offline, en donde las pautas normativas no suponen la misma rigurosidad en comparación a las establecidas institucionalmente y las múltiples formas de asumir identidades suelen posibilitar una mayor expresión de pensamientos y emociones. Lo que permite que en la actualidad se presente como una alternativa para generar otro tipo de acciones comunicativas, creando espacios de integración cibernética (Kayser-Brill y otros, 2022; Sánchez, 2010). La realidad, en este sentido, se da por medio de una pantalla; donde es la imagen, la fotografía y los íconos, las formas de comunicación cibernética, siendo así Facebook un espacio de transformación y construcción de la identidad cultural (Sánchez, 2010). Por ende, es la virtualidad el espacio predominante para que las orientaciones culturales del sujeto se expongan desde su corporalidad virtualizada.

La virtualidad, en este sentido, se concibe como aquel espacio donde el sujeto, bajo las prácticas sociales, promueve otros estilos de interacción social (Maldonado J. , 1997; Sánchez, 2010). Este espacio abierto, aparentemente fuera de los límites impuestos por los códigos morales permite a los individuos expresar sus emociones, deseos e intereses de forma amplia, tornándose así un espacio propicio para exponer su personalidad, su identidad y relaciones sociales afines. Dentro de estas formas comunicativas, la fotografía se convierte en la herramienta especial para la expresión simbólica de la personalidad a través de la imagen, conducta social que expone acciones culturales ligadas al exhibicionismo. Del Prete y Redon afirman que: “Las redes sociales flexibilizan el posicionamiento ante los otros, de un ‘estar-en el-mundo’, que procura el reconocimiento constante a través de las construcciones simbólicas que emergen de los discursos multimediales con los que van nutriendo su presencia en las redes sociales” (2020, pág. 3).

Para los adolescentes supone un espacio de interacción a través del cual pueden manifestar sentimientos y emociones que no expresarían en su cotidianidad, en su mundo físico, en el contexto familiar o escolar. Además, se torna un referente en la constitución de su identidad puesto que

tienen acceso a contenidos culturales, educativos y sociales que probablemente no tendrían en su entorno físico. Los adolescentes encuentran en el ciberespacio un lugar de encuentro con generaciones de nativos digitales, amigos con los cuales comparten experiencias, a la vez que descubren su propia autonomía.

En ese sentido, Donath y Boyd definen “las redes sociodigitales como *public displays of connection*, es decir, dispositivos para la definición de la identidad ante los otros, en los que la alteridad pasa a formar parte de la red extendida del sujeto, siendo, además, esta red de contactos, un mecanismo de validación del propio perfil” (2004, pág. 72). En síntesis, las redes sociodigitales “son un espacio privilegiado para hacer tangible el yo co-construido” (Caro, 2012; Fernández, 2018; Cantor y otros, 2018) o como afirma Portillo:

Una identidad digital que adquiere nuevos aspectos, proyectando deseos y que no necesariamente responde a características del mundo fáctico o de la cotidianidad del sujeto, ya que, en ellas, la identidad individual y la colectiva se potencian simultánea y permanentemente y, en esta interrelación entre lo individual y lo colectivo, la identidad de los sujetos se vuelve dependiente de la inclusión del colectivo (Portillo, 2016, pág. 23).

Actualmente, el nivel de popularidad de Facebook es el resultado de, según Burgos y Rebeca, “satisface necesidades, como la de mantenerse intercomunicados de manera instantánea, satisface también las necesidades de afiliación o afecto, y funciona como un intermediario entre la satisfacción de las demás necesidades planteadas por Maslow” (Burgos & Rebeca, 2012, pág. 27). Elementos estrechamente relacionados con la salud mental y emocional. En ese orden de ideas es fundamental observar detenidamente las causas, los impactos y consecuencia del uso de las redes sociodigitales para la juventud.

Hay quienes defienden el uso de las redes sociodigitales como entornos que posibilitan la participación democrática y el consenso, así como una opción para movilizar expresiones colectivas de indignación o de apoyo a ciertas causas sociales y ciudadanas en pro del bien común. Las redes sociales:

Han potencializado la libertad de expresión. Además, permiten estar informados de todo lo que ocurre a nivel mundial de forma instantánea, por lo tanto, se han convertido en vehículos que permiten externar opiniones propias, abriendo un espacio que promueve la participación de forma activa, entretenerse y buscar información (Cruz, 2017, pág. 89).

Por su parte, las redes sociodigitales facilitan el compartir de ideas, opiniones personales y experiencias, esto genera una percepción de pertenencia en grupos. Para los adolescentes este es un aspecto clave que ayuda a fortalecer procesos de socialización, ya que facilita la integración de individuos que se sienten aislados. En la misma línea, Piñar señala que:

Las redes sociales constituyen un nuevo instrumento de civilización, ya que hace posible que los adolescentes puedan tomar una postura activa en la vida pública, haciendo especial énfasis en la participación en la vida política, que, hasta el momento, no había captado el interés de los más jóvenes. Otro de los beneficios que se han observado está relacionado con el papel de las redes sociodigitales en la educación, tanto formal como informal de los adolescentes, ya que en la actualidad son un recurso importante para motivar y transformar la enseñanza, estas permiten emplear métodos didácticos más atractivos para los jóvenes (2011, pág. 215).

Por otro lado, hay quienes advierten sobre los impactos negativos del uso inmoderado de las redes sociodigitales por parte de los adolescentes, puesto que se privan de una experiencia real en la cotidianidad al pasar la mayor parte del tiempo explorando el mundo virtual, también sobresalen quienes advierten de los peligros as comunes están relacionados con la intimidad, el cuidado de la infancia y la intimidad, la poca defensa o restricciones en la información y las suplantaciones de identidad. Cuestiones de extrema importancia cuando se entiende la adolescencia como una etapa compleja y en la cual se evidencian cambios en la conducta. Por ende, hay un mayor riesgo de manipulación de las emociones. Tal y como señalan Lázaro y otros señalan que:

Algunos factores como la edad y la madurez, la falta de experiencia, la despreocupación y la falta de consciencia en relación con las consecuencias a corto o largo plazo sobre los actos cometidos, provocan que los más jóvenes se conviertan en el grupo más vulnerable antes los posibles peligros existentes en la red. Los adolescentes comparten información y experiencias personales sin tener en cuenta que estas quedan automáticamente guardadas en la red, información que además no podrá ser eliminada y que va a conjeturar la pérdida de control sobre la propia información (2012, pág. 151).

Otro de los peligros que podemos encontrar en las redes sociodigitales es, según Cruz:

la rapidez con la que se difunden contenidos, viralizándose y generando consecuencias negativas en la vida privada de los menores. Es también importante reconocer el peligro constante en que se enfrentan al tener acceso a toda clase de información, muchas veces sin supervisión de los adultos.

De esta manera los adolescentes se exponen a contenidos inapropiados, uno de ellos, contenidos sexuales, escenas de maltrato, discriminación o violencia, etc. Por ello, es importante enseñar cómo identificar información real o falsa (2017, pág. 34)

Estos peligros advierten de la importancia de que los adolescentes reciban desde bien temprano una alfabetización digital, una articulación entre familia, Estado, escuelas y universidades, que promuevan un acompañamiento adecuado de los adolescentes para que hagan un uso adecuado y cuidadoso de las redes sociodigitales. Capaz de instruirles para evitar los riesgos asociados a ese mundo de posibilidades sin control que implican las redes sociales. El ciberacoso, por ejemplo, es un delito común. Cruz argumenta que “las redes sociales han favorecido al incremento de este como de otros problemas, ya que disponen de múltiples herramientas para divulgar y comunicar contenidos maliciosos a cualquier persona, de forma vertiginosa y fácil” (2017, pág. 89).

En el siguiente capítulo se presenta una descripción sobre las influencias de estos espacios sociodigitales en las emociones de los adolescentes, buscando comprender las motivaciones, el tiempo de uso y las circunstancias que determinan la popularidad de su uso, específicamente de la red social Facebook.

CAPÍTULO 2

Las emociones en el entorno digital: adolescentes en Facebook

Como se ha venido señalando, las plataformas digitales y las redes sociodigitales actualmente son parte muy importante de la cotidianidad, una gama amplia de dispositivos móviles facilita una comunicación sin límites geográficos y con información actualizada a nuestro alcance en tiempo real. En el actual mundo globalizado emerge una forma alternativa de vivir la adolescencia que está estrechamente relacionada con la era digital. Este grupo etario, nacido entre 1990 y 2015, se le denominada comúnmente nativos digitales. De acuerdo con Prensky (2001) para los nativos digitales la conexión a internet es imprescindible, puesto que dependen de ellas para la socialización y la interacción con otros individuos. Las redes sociodigitales son el medio a través del cual expresan sus opiniones, sus sentimientos y sus emociones.

Una red digital como Facebook podría tener un impacto particular sobre el adolescente y su mundo emocional. Para comprender esta relación entre adolescencia, emociones y Facebook es fundamental adentrarse en los aspectos que caracterizan a los adolescentes, lo cual será objeto de análisis en los apartados siguientes.

2.1. La adolescencia desde una perspectiva psicosocial

En primer lugar, partamos de una definición básica del significado de la adolescencia para la psicología social. Gerardo Castillo la define como:

El proceso de hacerse mayor, mediante el cual el adolescente va a adquiriendo autonomía y madurez, tanto a nivel psicológico como social, de tal manera que va construyendo progresivamente su propia personalidad. Por tanto, es una etapa en la que no sólo son importantes los cambios biológicos experimentados, sino que debe ser entendida como un proceso de vital importancia en el futuro desarrollo de la vida adulta. Se trata de un cambio cuantitativo y cualitativo que está relacionado con la maduración de la personalidad (1999, pág. 19).

Como proceso, la adolescencia se divide en tres etapas. La primera, la pubertad tiene ciclo de desarrollos diferentes según el sexo, en las mujeres suele aparecer en edades más tempranas (11 años) en comparación con el caso de los hombres (13 años). La segunda etapa es la adolescencia intermedia, comprendida entre los 14 y 17 años. La tercera es comúnmente conocida

como adolescencia tardía que se encuentra entre los 18 y 21 años de edad (Castillo, 1999). Además de los cambios físicos, según Castillo, estas etapas se caracterizan:

Por un lado, por una autoafirmación del yo hacia afuera que afecta al comportamiento externo y, por el otro, por el desarrollo de la vida afectiva, la cual está marcada inicialmente por reacciones emocionales primarias. Estas, no son más que conductas afectivas superficiales y, que, en muchas ocasiones, se producen de manera inconsciente. De ese modo, el adolescente carece de control sobre sus propias emociones y puede llegar a experimentar alteraciones constantes en su estado de ánimo (1999, pág. 44).

Esta etapa suele estar acompañada de frustración e inseguridad y constituye el momento de la vida adolescente en el cual se manifiesta el deseo de aceptación y comprensión por parte de los otros. De ahí que la socialización con iguales sea una prioridad, siempre está en permanente búsqueda de grupos con el cual pueda reconocerse a sí mismo. Por su parte, “la adolescencia intermedia viene marcada por cambios significativos en el campo psicológico” (Castillo, 1999, pág. 35). Durante su curso se produce, lo que Castillo denomina, “el descubrimiento consciente del yo” en el cual se desarrolla el autoconocimiento y autocomprensión. El adolescente en etapa intermedia se concede a sí mismo mayor protagonismo y se vuelve más lúcido en lo que respecta a su individualidad, identificándose como un ser autónomo.

Durante esta fase, los adolescentes comienzan a internalizar valores y pautas de comportamiento que van construyendo su identidad personal. Asimismo, se genera una internalización de la dimensión afectiva, siendo una parte fundamental los sentimientos. Surge una necesidad intensa de confirmar su identidad, así como de afecto, de realización personal e independencia y una fuerte necesidad de relaciones sociales.

Sin embargo, es importante subrayar que la forma en la que se vive la adolescencia hoy diverge mucho de cómo se la experimentaba 30 años atrás. De ahí que algunos especialistas sugieran que los cambios más importantes que afectan el desarrollo de esta etapa deben de ser englobados dentro de los cambios históricos de la sociedad (revoluciones, postmodernidad y era digital). Estos cambios estructurales deben incorporarse en un modelo explicativo de la adolescencia (Sandoval y otros, 2020).

Las transformaciones sociales de las dos primeras décadas del siglo XXI han configurado de manera distinta el panorama de la adolescencia. Las transformaciones históricas (globalización,

tecnologización, etc.) determinan el carácter de la sociedad y actúan como vectores que transforman todo a su paso. Pasamos, por ejemplo, de una sociedad de la información a otra dominada por la tecnología y estructuras en red (Sandoval y otros, 2020). Por consiguiente, para analizar la conducta del adolescente en la era de la sociedad red es esencial considerar los cambios generados por la posmodernidad y las nuevas pautas morales traídas por la digitalización. Rabino (2014) señala un punto importante de la sociedad actual y el impacto que podría tener en los adolescentes. Para ella, “el adolescente crece en un mundo en el que no existe relación de igualdad entre lo que se gana y lo que se gasta” (2014, pág. 69), parece que en este nuevo entorno moldeado las tecnologías digitales “el consumo no está motivado por necesidades, sino que las necesidades son creadas por el consumo, donde la “calidad” de lo que se consume responde a medidas impuestas por las modas y el prestigio social” (2014, pág. 69).

Este es un tema transversal a las redes sociodigitales, en donde el diseño algorítmico bombardea con publicidad tendiente a promover e incentivar el consumo de marcas y objetos en línea. Todo esto podría influir en la mentalidad del adolescente. Cabe resaltar que la cultura del consumo no es un asunto exclusivo de la adolescencia, ya que toca a gran parte de la población en el mundo.

Así mismo, es importante tener en cuenta los estereotipos y patrones que vende el mercado a través de las redes sociodigitales, la velocidad a la que circula la información y el poco tiempo que se tiene para actividades contemplativas y de descanso mental. Vivimos en una sociedad vertiginosa, donde todo parece acelerado y donde las costumbres y hábitos tradiciones parecen no tener lugar. Esta parece ser una sociedad que privilegia la novedad sobre lo ya conocido. Las nuevas generaciones construyen sus identidades basadas en referentes que observan en el mundo virtual, la estética, la cultura, la moda, las formas de pensamiento, los hábitos alimenticios, etc.

Por otro lado, Rabino (2014) también señala que los individuos están teniendo experiencias sexuales a una edad cada vez más temprana. Las mujeres dejan atrás sus antiguos roles sexuales (pasividad, espera, resistencia, etcétera) para abrazar otros más acorde con los tiempos en los que viven. La brecha entre las etapas de prácticas sexuales tradicionales y las actuales se hace cada vez más ancha y los adolescentes tienen a su alcance métodos anticonceptivos e información sobre las enfermedades de transmisión sexual. En su estudio “La influencia de internet en la educación sexual de los adolescentes”, Fernández (2018) encuentra que Google es uno de los buscadores

utilizados en internet para la búsqueda de información sobre salud sexual por parte de esta población.

En lo que respecta al tema de la sexualidad, según Simón y Daneback, los temas más buscados son “VIH/ITS y enfermedades sexuales, embarazos y parto, comportamientos y actos durante el sexo, métodos anticonceptivos, información sobre el propio cuerpo, las relaciones y la identificación y orientación sexual” (2023, pág. 34). A pesar de que la educación sexual es clave para evitar embarazos no deseados, ETS, y otra serie de problemas relacionados con la sexualidad en los adolescentes, las redes sociodigitales pueden convertirse en un espacio de asedio y de riesgo cuando el control familiar y el diálogo son débiles, por lo que fomentar formas tradicionales de diálogo son esenciales para prevenir los riesgos de la Web.

En síntesis, la socialidad, la personalidad, la identidad, las emociones y la construcción del yo son temas transversales al proceso evolutivo de la adolescencia y son esenciales si queremos comprender el comportamiento, individual y social, en el marco de los entornos virtuales. En lo que concierne particularmente a la web y las redes sociodigitales algunos académicos asocian el uso de la red con problemas a nivel de la salud mental (Rodríguez & Fernández, 2014).

2.2 Facebook una red para la comunicación y la interacción

Actualmente, mantenerse comunicado se ha vuelto la necesidad humana más imprescindible. Este es un cambio de parámetros, resultado de las transformaciones materiales sobre los que reposa la comunicación social. Durante el siglo XX, con la llegada de los medios analógicos se aceleró la mediatización de la sociedad que llegó a su clímax con la televisión. El advenimiento de los llamados medios está impulsando un cambio más profundo de la vida social, “la digitalización de lo político, lo económico y lo socio-cultural” (Wolton, 2006, pág. 45). La Web 2.0 cumplen esta tarea de mantener activa esa forma comunicacional y dentro de esta las redes sociodigitales tienen un protagonismo fundamental.

Una red social está integrada por un grupo de personas vinculadas de algún modo, ya sea por razones laboral de amistad, valores u opiniones, que se agrupan con el objetivo de intercambiar algo. Esta definición ha sido la base para pensar el diseño de una red sociodigital. Como ya se mencionó anteriormente, los sitios de redes sociodigitales son parte integral de la vida cotidiana en la medida en que dan estructura a las interacciones de pares interconectado, una relación de

amistad o simplemente una actividad. La conectividad que facilitan estos sitios posibilita los encuentros sociales y nuestro interés por el consumo de cierto tipo de información en desmedro de otro (Ponce, 2012).

Las redes sociales en línea son, según el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD): “Servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil, desde el que hacer públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características en sus perfiles” (2008, pág. 95).

En la actualidad, existen diversas redes sociodigitales, cuya función principal es facilitar la comunicación entre personas a través de medios audiovisuales y de telefonía móvil. Por ejemplo, Instagram se caracteriza por *reel* y compartir imágenes, X (Twitter) se caracteriza para generar flujos de opinión. Lo que distingue estas redes sociodigitales de los medios de comunicación tradicional, es la dirección en la que se mueve la comunicación, la cual va en muchos sentidos (de uno a muchos, de muchos a muchos) y el usuario es un productor en lugar de ser únicamente un receptor de información. 2020 fue el año en que el uso de las redes sociodigitales, según Arano Uría (2021), superó por primera vez con un 71% a la televisión y al cable. Siendo Facebook (65%), WhatsApp (38%) y YouTube (26%) los sitios más usados para el consumo de noticias. Dentro de este mercado de plataformas, la red más joven ha venido consolidando una parte de la población de usuarios, pasando de un 13% a un 23% y se cree que podría superar a YouTube.

En estas plataformas es posible encontrar información actualizada, hacer compras en línea, chatear con diversas personas al mismo tiempo, compartir fotografías, opiniones, ver videos, jugar distintos videojuegos. En fin, una amplia gama de actividades se desarrolla día a día a través de las redes sociales.

2.2.1 Historia de Facebook

La plataforma Facebook es un sitio de red social creado por Mark Zuckerberg y un grupo de amigos universitarios (Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes) y lanzada en 2004. En sus inicios, el sitio fue creado exclusivamente para conectar a los alumnos de la prestigiosa Universidad de Harvard, con el tiempo se expandió a otros centros universitarios y, finalmente, a

toda la sociedad. Facebook fue pensada con el objetivo de crear una gran comunidad virtual que pudiera dar cuenta de los gustos, preferencias y emociones de sus usuarios (Next_u, 2018).

Su creciente aceptación produjo el desplazamiento de otras redes que ya tenían un dominio en la Web como Hi5 o My Space, las cuales quedaron obsoletas ante las innovadoras opciones ofrecidas por Facebook. Para 2007, tres años después de su lanzamiento, Facebook ya era la red social mejor posicionada en Europa y Norteamérica (Next_u, 2018). Hoy en día Facebook sigue siendo la red sociodigital con mayor reconocimiento y popular en todo el mundo. Según Mena Roa (2022), en un reporte para Statista, a nivel mundial 3,14 mil millones de personas activas utilizan mensuales (MAP) Facebook, lo que significa que en promedio, el 78,66% de estos usuarios son personas activas diarias (DAP).

Entre las claves de su éxito se encuentran la facilidad que ofrece la plataforma para la interacción en línea, la posibilidad de hacer o encontrar amigos de entornos comunes. Facebook ha revolucionado el mundo virtual y de la publicidad en línea hasta el punto de llegar a ser una plataforma fundamental para empresas y marcas. En síntesis, esta red ofrece múltiples opciones de intercambio de informaciones, opiniones, además de propiciar encuentros entre personas.

Merodio (2016) sostiene que “Facebook es la red social más exitosa, famosa y popular de internet, ya que se trata de una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos”. Entre las particulares más importantes de Facebook están la de compartir contenidos y subir fotos. La interfaz es sencilla hasta para personas que no están relacionadas con sus mecanismos de funcionamiento. Dado que se ha convertido en el sitio con mayores visitas en internet después de Google, Facebook ostenta el primer lugar en Alexa y un PageRank de 10.

Para 2016, Facebook incorporó la opción *Facebook Reactions*, un conjunto de botones representados por caritas o emojis que permiten a los usuarios manifestar intereses o emociones. Una reacción, en el lenguaje de la plataforma, está representada por un icono que opera como respuesta a contenidos subidos por otros usuarios, por lo general en forma de emoticones (“me gusta”, “me encanta”, “me divierte”, “me asombra”, “me entristece” y “me enoja”) a través de ellos una persona puede expresar el sentimiento que le produce dicho contenido.

A diferencia de “la comunicación cara a cara, en donde muchas veces las afinidades están impuestas por diversos motivos y situaciones, como la familia, el colegio, el trabajo y otros espacios compartidos a lo largo del tiempo, Facebook permite que sea el usuario el artífice de su propia red de amigos, es decir, la persona es quien selecciona los contactos que formarán parte de su lista de amigos” (Maldonado & Panadero, Emociones programadas. Facebook y la manipulación emocional, 2020, pág. 56). La selección, por lo general, está motivada por sus propios intereses y vínculos emocionales.

Esto amplía las posibilidades que los usuarios tienen a su alcance para expresar de diferentes modos sus puntos de vista sobre las publicaciones realizadas por sus amigos en común o sobre publicaciones aleatorias producto de los anuncios publicitarios y videos que circulan en la red social. A su vez estos mecanismos incorporados en la arquitectura de la plataforma permiten la observación de los mecanismos detrás de la circulación de las emociones en este entorno, por tanto, estas reacciones dispersas constituyen un escenario abierto que vale la pena analizar en profundidad.

Estas formas de expresión emocional a través de publicaciones, comentarios, me gusta o reacciones, según Rubio, “deben entenderse como elementos vinculados a la configuración de la identidad de la persona, puesto que interviene en los procesos de reconocimiento y negociación del estatus”. Desde su perspectiva, “estas funcionalidades implican una visualización del perfil, influyendo consistentemente en la generación y consolidación de sentimientos de satisfacción y bienestar” (2016, pág. 36) .

“Los likes (me gusta), por ejemplo, actúan como recompensas de variables intermitentes, es decir, como estímulos de aprobación que refuerzan las conductas de los usuarios para obtener cada vez más recompensas, más respuestas positivas que alimentan el propio ego o la popularidad del usuario. Se asimilan así comportamientos reiterados de consumo que a la larga podrían generar adicción” (Dscout, 2016).

La socialización en la red es importante, sin embargo, también es importante retomar los encuentros cara a cara, estimular las actividades al aire libre, insistir en la necesidad de una socialización más colectiva y menos aislada. El advenimiento de las plataformas digitales ha acelerado el paso de un consumo familiar mediado por la televisión al consumo de televisión y otros dispositivos y aplicaciones de forma individual (videoconsolas, redes sociales, WhatsApp,

etc.). La consigna de “vivir juntos pero separados” que López y otros (2018) retoman en su trabajo de Livingstone y Sefton-green (2016) expresa de manera meridiana los procesos de individualización que acompañan a estas tecnologías y el consiguiente adelgazamiento de los vínculos sociales.

Actualmente, es más común ver a los adolescentes expresar con mayor fluidez sus estados emocionales a través de las redes sociodigitales que en conversaciones con sus padres y verlos en espacios y reuniones familiares conectados a sus móviles, dando mayor relevancia a lo que pasa en las plataformas digitales que a los encuentros familiares. A pesar de la naturaleza interactiva de las tecnologías digitales, la individualización está siendo cada vez más propiciada por el uso de las redes sociodigitales, finalmente se trata de la interacción del individuo frente una máquina.

2.3 Ventajas y desventajas del uso de Facebook para los adolescentes

A pesar de que Facebook continúa teniendo un lugar central en el ecosistema de las redes sociales, (con una monopolización del mercado con la compra Instagram y WhatsApp), según datos estadísticos, la categoría de usuarios entre los 13 y los 17 años de edad disminuyó a mediados de 2022. De hecho, se trata de un fenómeno con antecedentes desde 2015 (Schwab, Estadísticas de Facebook en 2022: las adolescentes ya no usan Facebook, 2022). Tal y como ocurrió con Hi5 o My Space cuando Facebook irrumpió en el ciberespacio, algo similar experimenta la red de Mark Zuckerberg con la aparición de plataformas que conectan con las sensibilidades y deseos de los adolescentes como la red china TikTok. La adolescencia actual no es la misma que vio la llegada de Facebook, se trata ya de una población que ha llegado a la adultez.

Las cifras anteriores contrastan con el periodo antes de la pandemia por Covid-19, cuando “más del 50 por ciento de los usuarios activos en las redes sociales eran jóvenes” (Global Web Index, 2016). Para el caso colombiano, un estudio encontró que las personas de entre 14 y 25 años de edad eran quienes mayormente usaban las redes sociodigitales para la interacción y el consumo de información (Arcila y otros, 2017).

En primer lugar, es importante destacar que las redes sociodigitales pueden impactar positivamente en el desarrollo social del adolescente ya que pueden conectarse con amigos y familiares que están lejos, crear nuevas relaciones y descubrir intereses comunes. Además, las

redes sociales pueden constituirse en una plataforma alternativa para la expresión creativa de los adolescentes y jóvenes.

Cuando esta población incursiona en Facebook puede “romper las reglas gramaticales y ortográficas y genera códigos visuales que mezclan texto e imagen, configurando un lenguaje del tipo textos-imagen” (Almansa y otros, 2013, pág. 137). Esta incursión “genera una sensación de libertad de expresión y satisfacción de necesidades como la de comunicación constante e instantánea, de afiliación y afecto” (Burgos & Rebeca, 2012, pág. 26).

Facebook se convierte para los adolescentes en un medio a través del cual pueden expresar sus afectos. Por ejemplo, sacarse una foto, subirla y compartirla *in actu*, es en su lenguaje un “zing”. Es decir, el acto de subir una fotografía con un mensaje para algún amigo o amiga (Almansa y otros, 2013). De acuerdo con este estudio, para los jóvenes en Colombia pertenecer aun grupo en la red no es solamente un modo mediante el cual sienten que hacen parte de algo, sinoque también significa construir una identidad compartida, “que les permite actuar como un «yo» colectivo. Ser parte de un grupo es pertenecer a una comunidad real” (Almansa y otros, 2013, pág. 131).

En un estudio reciente que analiza las opiniones de los adolescentes sobre las redes sociodigitales en los Estados Unidos se encontró que para la mayoría de los encuestados (n=1100) las redes sociodigitales impactan positivamente en sus vidas. Solo un número muy pequeño manifestó que estas plataformas afectan negativamente el concepto que manejan de sí mismos. En detalle, el estudio muestra que en comparación con el 3% que las redes sociodigitales los hace sentir muy solos, un 25% manifiesta que las redes sociodigitales los hacen sentir que están acompañados por su red de amigos en línea. Por otro lado, un 18 por ciento cree que las redes sociodigitales los hacen percibir que se sienten mejor consigo mismos y solo un 4% cree que las redes los hacen sentir inferiores. Para el 16% de los adolescentes las redes sociodigitales los hace sentir menos deprimidos, mientras que un 3 por ciento piensa lo contrario (Common Sense Media, 2018).

En Facebook también se brinda la opción de crear grupos, que podrían aumentar el placer de seguir interactuando en el ciberespacio. Existen millones de grupos con temas específicos a través de los cuales se expresan tendencias, gustos musicales, modas, deporte, etc. Los jóvenes

acceden a los grupos y comparten experiencias que de alguna manera los hacen sentirse parte de alguna comunidad.

Por otro lado, el estudio de *Common Sense Media* encontró también que los adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo pagados a sus dispositivos móviles, muy poco lo apagan, a excepción de espacios prohibidos como la escuela o espacios públicos que consideren inseguros. Como se señaló anteriormente, las nuevas generaciones usan ocasionalmente el Facebook, prefieren redes como Instagram y Snapchat. 2012 fue el año en que el uso de Facebook predominó en el ecosistema digital entre los adolescentes. En 2018, solo el 15% manifestó que esta era la plataforma preferida para interactuar y entretenerse. Cuando a una chica de 16 años se le preguntó con quién interactuaba con más frecuencia en Facebook, su respuesta fue: "con mis abuelos" (Common Sense Media, 2018).

Es muy probable que el bajo índice de preferencia por parte de los adolescentes se deba al hecho de que en la actualidad los adultos, padres, abuelos y tíos han comenzado a hacer uso de esta red, lo más común en estos casos es que no quieran ser objeto de reproches o vigilancias por parte de sus familiares, sobre todo porque a través de esta plataforma pueden expresar libremente cómo piensan, cómo sienten y sus actividades en tiempo real.

De igual manera, "es importante reconocer que Facebook se ha convertido en un espacio interactivo de desahogo emocional informal que actúa como catalizador emocional y favorece la libre expresión de emociones y sentimientos. En consecuencia, las personas que la utilizan expresan sus emociones positivas y negativas, buscando con ello encontrar apoyo emocional. Para algunos estudiosos del tema estas acciones muchas veces tienen efectos contrario, puesto que podrían impactar en su salud mental y emocional del usuario" (Durán & Basabe de Quintale, 2013). Ante la dificultad para los adolescentes de hablar de sus problemas con la familia, el mundo virtual se torna una alternativa para expresar emociones contenidas y encontrar redes de apoyo y solidaridad que le ayudan a superar ciertas situaciones.

Según Balaguer, "el uso de Facebook permite nuevas formas de expresión del yo, lo cual representa una nueva posibilidad de lidiar con las emociones" (2005, pág. 23). Para el especialista, las redes "se tornan en un espacio donde las personas se relajan y liberan su comportamiento, un lugar donde cada uno despliega su yo íntimo, sus fantasías inconscientes, del ello" (2005, pág. 23). En una veta similar, Roldan afirma que esto es posible porque en el espacio digital, "el adolescente

tiene la posibilidad de conectarse a la red desde el anonimato, logrando desinhibición y trayendo consigo características negativas y/o positivas” (2015, pág. 15).

Por su parte, para Domingo, “las redes sociales son una herramienta que favorece la libertad y la civilización” (2013, pág. 23). Construyen un escenario mediante el cual las personas participan libremente, esto significa que las redes sociodigitales agregan un “valor procedimental imprescindible para el principio democrático” (pág. 23). La esencia se encuentra en que la red social brinde la posibilidad de conformar grupos con otras personas en los diferentes procesos de participación electrónica. En el caso de la política, sostiene que, “las plataformas sociodigitales han permitido a más jóvenes sentirse parte activa de procesos democráticos, además de hacer despertar el interés por la política, acto que era poco frecuente en la juventud del pasado” (2013, pág. 23). El tema es de gran relevancia puesto que las nuevas generaciones han demostrado un notorio interés por hacer parte de decisiones políticas fundamentales, participando de forma activa en los debates globales y locales desde la red social o desde la internet.

Las redes sociodigitales permiten a los más jóvenes mantenerse informados de los acontecimientos globales, informarse sobre distintas posturas y acceder a pensamiento crítico. Para Domingo (2013) esto va de la mano con la formación en casa, de las inclinaciones que se desarrollan en la adolescencia y del nivel educativo.

Entre otros beneficios que Domingo (2013) observa de las tecnologías digitales en general es el papel que tienen en el proceso educativo, formal e informal de los adolescentes, ya que son parte integral de las aulas. Esta incorporación podría “motivar y transformar la enseñanza, empleando métodos didácticos más atractivos para el educando” (2013, pág. 14). En la última década, la democratización del servicio de internet ha permitido que generaciones de jóvenes y adolescentes en situación de vulnerabilidad puedan informarse sobre temas que pueden contribuir a mejorar su bienestar social e individual. A través de Facebook y otras redes sociodigitales se construyen lazos entre individuos, conexiones y alianzas que pueden fomentar mejorías en la vida de los más jóvenes.

A su vez, en la fabricación de la imagen “entra en juego el reconocimiento propio y la imagen constituida desde la mirada de otro, que cumple la función de espejo” (Sibilia, 2008, pág. 130). Este proceso, Sibila (2008) lo denomina “espejo legitimador”. Sobre la base de este concepto algunos autores han explicado el modo en que los adolescentes en Facebook construyen su propia

imagen. Por ejemplo, para Roldán el espejo legitimador le permite “explorar su identidad, marcando la diferencia con sus padres (primer objeto de amor), compartiendo con sus pares, creando vínculos con los grupos de pertenencia y depositando la libido al objeto extrafamiliar” (2015, pág. 271).

¿Pero cuánto tiempo pasan los adolescentes frente a las pantallas, ya sea a través de los dispositivos móviles o desde el computador en casa, y cuáles son los impactos negativos de este uso? Según datos de UNICEF (2020), el 90,8% de los adolescentes en el mundo, se conecta a internet diario o casi diariamente, seis de cada diez adolescentes duerme con el teléfono móvil y uno de cada cinco lo usa a la medianoche.

El 31,5% de los adolescentes expresa que están en línea más de cinco horas diarias semanalmente y el 50% afirma que durante los fines de semanas pueden permanecer conectado más tiempo del habitual. El temor a sentirse solos es uno de los motivos principales para que cuatro de cada diez adolescentes permanezca en línea. Se conectan con la finalidad de interactuar con pares interconectados. Alguna de las emociones que los adolescentes han experimentado, según el reporte de la UNICEF son: el miedo (4,7%), la angustia (19,7%) e la inquietud (27,9%). Ante estos resultados, el organismo (2020) alerta sobre las posibles implicaciones negativas en la salud psíquica de los adolescentes.

A su vez es importante analizar la situación de los adolescentes en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica y socioafectiva. Según el mismo estudio de la UNICEF, es más probable que este grupo manifieste haber tenido experiencias no tan buenas en las redes sociodigitales (como el sentimiento negativo que experimentan cuando nadie genera comentarios o le da "me gusta" a sus contenidos). Por ejemplo, la opción “Facebook reaction” que permite expresar emociones a cualquier publicación para muchos representa un barómetro de popularidad. A su vez, impacta sobre las emociones de los usuarios, generando afectos positivos o negativos (alegría, empatía, ansiedad o estrés) y situaciones de intolerancia. En ese sentido, la red puede tornarse en un campo de combate o un escenario de diálogo.

Sobre este aspecto es importante analizar los contenidos a los cuales están expuestos los adolescentes en las redes sociodigitales, sobre todo en Facebook cuyas políticas de censura son a veces insipientes para evitar la reproducción de contenidos discriminatorios o inclusive que representan una amenaza real contra la integridad de diversos grupos. Es evidente que no hay

límites para la manifestación de emociones, sentimientos y opiniones en Facebook, las personas se expresan de forma libre, exponiéndose abiertamente a un público diverso, en un universo aparentemente común.

En un reportaje del *The New York Times*, Ana Homayoun (2017) afirma que el principal temor de los adolescentes es sentirse descubiertos por familiares, por lo que se han visto impulsados a llevar sus actividades en línea a medios digitales que operan en la clandestinidad, como por ejemplo a los grupos herméticos y reservados de Facebook. Los adolescentes que optan por estas comunidades aseguran que sus publicaciones, imágenes y videos obtienen una mayor reacción, en comparación con los grupos más abiertos. En un mundo digital de realimentación automática, concluye Homayoun, los valores de los adolescentes pueden retorcerse y su conducta en línea puede tomar como base los valores que imperan en estos grupos secretos.

Una nota de prensa de CECODAP (2021), una agencia venezolana que protege los derechos de los menores, resume que entre los principales hallazgos encontrados en un estudio de la SAP (Servicio de Atención Psicológica) sobresalen las alteraciones del estado de ánimo de los adolescentes por el uso excesivo de Facebook e Instagram. Parece que son diversos los aspectos que agudizan este problema en los adolescentes:

1. “Están en un período de cambio en el que su imagen personal, gustos e intereses están en construcción.

2. Viven procesos de cambios emocionales propios de su desarrollo.

3. Durante esta etapa la aprobación o el rechazo tienen un peso muy significativo.

Los *likes* y comentarios no son indiferentes

4. La pandemia ha acentuado que los espacios de interacción social sean digitales.

5. Las redes sociales son plataformas donde es más fácil evadir los controles del mundo adulto.

6. Los adolescentes saben usar las plataformas, pero tienen mayores dificultades para estimar riesgos.

7. Las dinámicas lúdicas como los retos son seductoras para ellos” (CECODAP, 2021, pág. 3).

Comprender la manera en que afectan las redes sociodigitales la vida de los adolescentes es fundamental. Facebook ha realizado investigaciones internas sobre los impactos del uso de Instagram y Facebook sobre el estado mental de los adolescentes, pero han omitido los hallazgos. Según el diario *El Economista* (2021), para la profesora de la Universidad de Kentucky, Christia Spears Brown, la compañía Meta ha reconocido en secreto que plataformas como Instagram impactan negativamente en el bienestar emocional de los adolescentes. La sugerencia de Spears Brown es que los padres retomen el diálogo con sus hijos y les adviertan sobre la diferencia entre la apariencia que puede suscitar la conectividad y la realidad física en la que experimentan su vida cotidiana, también sugiere que es fundamental que los adolescentes mantengan interacciones con sus compañeros cara a cara más frecuentes y aprendan a usar sus cuerpos de manera dinámica en vez de centrarse en la selfie.

Por otra parte, el tiempo que pasa un adolescente en las redes sociodigitales está impactando las relaciones sociales cara a cara ya que muchos de ellos prefieren pasar horas en juegos en línea, chateando por redes sociales o navegando en Instagram. La virtualidad ha ido un paso adelante sobre los encuentros cara a cara. Cuando la timidez y la inseguridad hacen parte de la personalidad del adolescente, dado que en una “etapa de moratoria social” (Roldán, 2015) la red social le permite desplegar su imagen.

En consecuencia, los desafíos para la enseñanza desde el núcleo familiar, las escuelas y el Estado para que los adolescentes hagan buen uso de estas herramientas sin generar dependencias que puedan traer consecuencias negativas son enormes y aún no resueltos en su totalidad. Según el Instituto Latinoamericano de Estudios de Posgrado (2021), en una encuesta realizada a jóvenes de 14 y 24 años en Reino Unido, la *Royal Society Public Health* se encontró las redes sociodigitales tuvieron un impacto en el bienestar y la salud de estas personas. De acuerdo con otro reporte, Facebook, Snapchat, Instagram y Twitter aumentan trastornos mentales y emociones como la depresión, la ansiedad, mala imagen corporal y la soledad (Ehmke, 2023).

Así mismo, el estudio advierte que los niños y niñas que están accediendo a teléfonos móviles y tabletas de forma prematura pierden habilidades sociales muy importantes. Alerta, por

tanto, sobre las emociones y el estrés que genera en los adolescentes subir fotos de ellos mismos. En el caso de los varones adolescentes, la competencia por la atención y la superación frente al otro muchas veces los llevan a traspasar las fronteras del espacio digital.

Indistintamente de lo que creamos sobre los vínculos que los adolescentes tienen en las redes sociodigitales, nunca se sienten fatigados de ellas. Eso en sí mismo, señala Ehmke, autora del reporte, es un motivo probable relacionado con la ansiedad. Más específicamente, afirma que, “todos necesitan un respiro de las demandas de intimidad y conexión, tiempo a solas para reorganizarse, reponerse o simplemente relajarse. Cuando no se tiene eso, es fácil convertirse en alguien emocionalmente agotado y en terreno fértil para que la ansiedad se reproduzca” (2023, pág. 23).

Sandoval y otros (2020) señalan un conjunto de riesgos asociados con el uso constante de Facebook: pornografía, violencia, racismo, contenidos que incitan al odio, al juego online patológico, a los trastornos alimenticios, al terrorismo, al consumo de drogas y alcohol, a la autolesión e incluso al suicidio, como los *challenges* o retos, y a la comisión de delitos informáticos.

Como factores de riesgo, Sandoval y otros (2020) destacan tres tipos de variables individuales, (personalidad, cognitivo-emocional y psicopatológicas). A nivel de la personalidad sobresalen la impulsividad, inestabilidad emocional, la introversión, la hostilidad, regulación emocional inadecuados y mal manejo del estrés. Entre las variables cognitivas y emocionales se encuentran la disforia, baja satisfacción vital, soledad, culpa, búsqueda de emociones intensas, la irritabilidad, intolerancia a la frustración, estados disociativos, baja autoestima, pensamientos negativos, escasas habilidades sociales y comunicativas, rechazo de la imagen. En el nivel psicopatológico encontramos la fobia social, depresión, la ansiedad (social), trastorno obsesivo compulsivo, trastorno de espectro autista y trastorno por déficit de atención e hiperactividad.

Otra preocupación latente tiene que ver con los efectos negativos de las redes sociodigitales en la autoestima de los adolescentes. Todos a la vez pueden compararse con otros usuarios que publican imágenes e historias de una vida perfecta, lo que podría generar sentimientos de insuficiencia y baja autoestima. Los padres y educadores tienen un papel importante que desempeñar en la educación de los adolescentes sobre el uso adecuado de las redes sociodigitales.

Esto incluiría establecer límites de tiempo, alentarlos a participar en actividades físicas y sociales y ayudarlos a comprender el valor de las conexiones personales y el apoyo emocional.

Es importante analizar estas problemáticas dentro del entorno sociocultural en el que se desenvuelven los adolescentes, los sistemas de valores que se imponen desde las lógicas capitalistas, las nuevas subjetividades que emergen de la sociedad tecnológica y el papel de la política y los Estados en la intervención, el control y la prevención de ciberacoso y otros riesgos existentes en las redes sociodigitales. Los y las adolescentes son responsabilidad de la familia, el Estado e instituciones como la escuela. En ese sentido, es importante que estas instituciones sean clave para que los adolescentes identifiquen riesgos y oportunidades y puedan hacer un uso más adecuado de ellas. Pues, las herramientas tecnológicas pueden proporcionar considerables beneficios, siempre y cuando exista un uso equilibrado de las mismas.

2.4 Facebook y el contagio emocional

En las últimas décadas, diversos estudios han alertado sobre un uso inadecuado del internet y las redes sociales, especialmente entre la población joven. La adicción al internet y la hiperconectividad es uno de esos asuntos; este tema se ha vinculado con el descontrol, la disminución de la capacidad para realizar algún tipo de actividad física, problemas para conciliar el sueño, problemas de atención, trastornos alimentares, descuido y pérdida de interés, ansiedad e irritación, son apenas algunas de las consecuencias. Es así, como “el modelo biopsicosocial de la adicción a Internet retoma la postura de distintas perspectivas como la cognitivo conductual, habilidades sociales y socio cognitivas para complementar la explicación de la adicción a Internet” (Jasso Medrano y otros, 2017, pág. 21).

Como mencionamos anteriormente, existen aspectos positivos y negativos que trae consigo la interacción con la red social Facebook en la vida de los y las adolescentes. Mediante un ejercicio comparativo y de análisis de diversos estudios, se pudo llegar a la conclusión de que, hay ciertas ventajas en el uso de las redes sociodigitales como por ejemplo, la posibilidad de expandir la red de interacciones con otras personas que comparten gustos comunes, la opción de expresar emociones que en el ámbito familiar los adolescentes no están dispuestos a dar a conocer, o el uso de la red social como una herramienta para la democratización de la información y el intercambio de opiniones entre generaciones globales que tienen asuntos en común.

Sin embargo, también se encontró que un manejo inadecuado del tiempo en esta red social puede generar episodios de estrés, ansiedad y otras emociones que afectaran de manera negativa el desarrollo de la personalidad y las emociones de los adolescentes, entre otras situaciones que pueden colocar la vida de los menores en situaciones de riesgo. Este apartado pretende hacer énfasis en ese último aspecto.

Algunos estudios señalan que es posible el contagio de emociones a través de las redes sociales, llevando inclusive a las personas a experimentar sentimientos a los cuales no consiguen dar explicación, según el estudio *Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks* del 2013:

El contagio emocional está bien establecido en experimentos de laboratorio (1), en los que las personas transfieren estados de ánimo y emociones negativas hacia los demás. Del mismo modo, los datos de una gran red social del mundo real recopilada durante un período de 20 años sugieren que los estados de ánimo más duraderos (p. ej., depresión, felicidad) también se puede transferir a través de redes (Kramer y otros, 2014).

Algunos estudios han sentado las bases para demostrar que la red social Facebook es clara evidencia de ese fenómeno, ya que es una red social que promueve constantemente la expresarse a través de opiniones sobre personas por medio de diversas opciones al interior de la red, generando de forma inmediata alguna reacción, y en ese sentido, una expectativa por quienes publican. Sobre ello afirman:

(i)el contagio emocional se produce a través de la comunicación basada en texto mediada por ordenador; (ii) se ha sugerido el contagio de cualidades psicológicas y fisiológicas a partir de datos correlacionales para redes sociales en general; y (iii) las expresiones emocionales de las personas en Facebook predicen las expresiones emocionales de los amigos, incluso días después (7) (aunque algunas experiencias compartidas pueden durar varios días) (Kramer y otros, 2014).

Por otro lado, el contenido que se muestra u omite en la sección de noticias se determina a través de un "algoritmo de clasificación que Facebook utiliza continuamente con el fin de mostrar a los espectadores el contenido que les parecerá más relevante y atractivo" (Kramer y otros, 2014). De modo que la red social, ejecuta sus funciones con el intuito de hacerse cada vez más persuasiva

y necesaria para los usuarios, analizando sus datos, preferencias y contenidos favoritos, en ese orden de ideas, ofrece un universo de opciones capaces de generar estados emocionales y opiniones diversas. Este fenómeno es particularmente relevante en la adolescencia debido a la mayor susceptibilidad a las influencias sociales y emocionales.

La red social Facebook, se presenta como aparentemente neutral, sin embargo, permite que un sin número de contenidos e informaciones dentro de las cuales también hay *fakenews*, naveguen sin ningún control, y estas van creando una especie de formaciones discursivas que se van imponiendo como verdades, lo que en palabras de Gómez (2021) crean una especie de contagio emocional, según este:

La noción de contagio emocional, constituido como un saber, sirvió de base experimental para que Facebook pudiera adoptar mecanismos, objetivos, planes, métodos de irrigación de emociones entre sus usuarios. Por tanto, la concretización de lo que hoy es Facebook se ha logrado a través de la existencia y convergencia de un terreno discursivo que le brindó a la red social herramientas, métodos y nociones que posibilitaron transformar e implementar nuevas funciones en su diseño (Gómez-Barrera, 2021).

Al respecto, un estudio realizado por Facebook en 2012 demostró que las emociones que se comparten por la diversidad de usuarios pueden ser contagiosas en las redes sociales. Estos investigadores manipularon el contenido emocional en los *feeds* de noticias de los usuarios y encontraron que las personas que veían más contenido positivo mostraban una tendencia a publicar mensajes más positivos, mientras que aquellos que veían más contenido negativo tendían a publicar mensajes más negativos. Este contagio de emociones es amplificado por algoritmos y la naturaleza social de la plataforma.

A pesar de lo antiético, este estudio permitió establecer que en las redes sociales no estamos aislados. Las emociones padecidas y expresadas por otros nos afectan. Nuestros estados emocionales se pueden sintonizar con los de otros sin darnos cuenta, y esto genera algo que los psicólogos llaman contagio emocional. Y no hace falta estar frente a frente. Estudios demuestran cómo la forma en la que Facebook muestra su contenido en el tablón de noticias nos afecta emocionalmente e incluso puede influir en nuestro bienestar (Maldonado & Panadero, 2020).

En ese orden de ideas, las personas suelen imitar, responder a los contenidos que se les presentan, lo que sin duda representa una forma de manipulación de emociones. De ese modo, siguiendo a Maldonado y Panadero: "La conclusión es clara: Facebook puede diseñar nuestra experiencia en la red social para contagiarnos la reacción emocional que ellos deseen: vergüenza, asombro, tristeza, apatía, enojo, alegría, nostalgia" (Maldonado & Panadero, 2020).

Por su parte un estudio realizado por Kramer, Guillory y Jeffrey (2014), donde se analizaron más de medio millón de usuarios en Facebook, "logró determinar que la felicidad y la depresión podían contagiarse a gran escala no solo entre personas que se conocían sino entre extraños y, por tanto, que el contagio podía provocarse". (Gómez, 2021, p.94).

Según el estudio "Efectos de la pandemia en la salud mental", desarrollado por el Núcleo Milenio en Desarrollo Social y el Centro de Microdatos del Departamento de Microdatos del Departamento de Economía de la Universidad de Chile, en junio de 2020 predominaban la rabia (30,4 %), el miedo (27,4 %) y la tristeza (23,6 %). Apenas un 1,9% de los encuestados escogió la alegría entre las emociones mencionadas (Beuchat & Olea, 2021).

Las emociones negativas parecen ser más contagiables que las positivas —acota Hatfield, y agrega que, si bien esto ocurre en toda comunicación humana, hay personas o situaciones en las que la posibilidad de mayor: —Los extrovertidos están más enfocados hacia afuera, hacia las personas con las que están interactuando. No es sorprendente entonces que sean más susceptibles al contagio emocional que los introvertidos. También son más susceptibles de contagiarse quienes son especialmente reactivos a sus propias experiencias emocionales y/o tienen una habilidad especial para leer la comunicación no verbal. Estudios posteriores muestran que la intensidad —es decir, la carga energética— de lo que se comunica también incide en el proceso: a más energía, más contagio (Beuchat & Olea, 2021).

De ese modo, estos autores afirman que las redes sociales son una fuente de contagio emocional negativo. Para Daniel Halpern, académico de la Facultad de Comunicaciones UC y experto en redes sociales, "estos hallazgos tienen mucho sentido. El formato de las redes, explica, no permite análisis profundos, sino que ofrece atajos que apelan directamente a las emociones" (Beuchat & Olea, 2021). Ahora bien, al pensar en el contagio emocional entre adolescentes en las redes sociales es importante pensar en las situaciones que pueden llegar a influenciar sus conductas y formas de percibirse a sí mismos, por ejemplo:

Comparación social y niveles de autoestima: los adolescentes tienden a compararse entre sí y pueden idealizar la vida de las personas a las que observan en las redes sociales, lo que puede culminar en sentimientos de estrés, ansiedad o tristeza.

Búsqueda de Validación: Un uso indebido de las redes sociodigitales pueden generar cierta dependencia a los "me gusta" y a los comentarios que los otros hacen al respecto. De modo que, esa búsqueda de validación puede generar problemas de autoestima.

Propagación de desinformación: debido a la naturaleza de la red sociodigital Facebook, es posible que los adolescentes caigan en las redes de las Fakenews, propagando información falsa sin verificar las fuentes de la información que publican.

Aislamiento Social: estar conectado muchas horas en las redes sociales, priva a los adolescentes de motivación para salir de casa e interactuar con otros jóvenes. Ese aislamiento social puede agravar problemas emocionales como la soledad y la depresión, y puede afectar el desarrollo de habilidades sociales.

Manipulación emocional: los adolescentes son más propensos a sufrir manipulación emocional por parte de otros usuarios, como amigos o parejas, lo que puede culminar al aumento del estrés, la ansiedad y caer en el círculo de relaciones tóxicas.

En ese orden de ideas, es preocupante pensar en la exposición constante en la que se encuentran los adolescentes, en las dificultades que presentan en sus propios procesos de desarrollo y la fragilidad en la construcción de sus identidades, que en la actualidad esta mediada por las redes sociales. De modo que es importante que la familia y la escuela sean un soporte, y entren a regular y a aconsejar sobre la prudencia en los usos de redes sociales.

Durante el seminario Millennials y Generación Z organizado por la farmacéutica Llundbeck, en 2018, Marina Díaz-Marsá, presidenta de la Sociedad de Psiquiatría de Madrid y Psiquiatra del Hospital Clínico San Carlos, declaraba que cada vez hay más diagnósticos de jóvenes depresivos que pasan horas y horas en las redes sociales. El adolescente está metido todo el día en casa, no sale de su habitación, solo está en el ordenador, en internet, en las redes sociales, no se separa del móvil. Los psiquiatras empiezan a asociar el aumento de la depresión con el abuso del uso de redes sociales. Son muchas las familias que lo cuentan, y que no ven el problema, no lo detectan ni se

preocupan hasta que es una adicción. Empiezan a tener baja autoestima, una fuerte depresión y el origen está en un abuso de las redes sociales (Arén Vidal, 2021, pág. 4).

Aunque este problema no es exclusivo de los adolescentes, para los nativos digitales es más urgente una constante conexión a internet mediante sus dispositivos móviles, al punto de que gran parte de sus actividades está mediada por los celulares, laptop y otros aparatos electrónicos. Según Hosni:

Lo que ocurre en adolescentes como resultado de pasar mucho tiempo en sitios de redes sociales como Facebook, es que luego comienzan a mostrar síntomas de depresión debido al aislamiento social de su entorno y sus familias, y algunos recurren al uso de sitios y blogs peligrosos, que pueden promover la adicción o las relaciones sexuales y/o comportamientos destructivos y auto-agresivos. El abuso de redes sociales conduce al aislamiento y la destrucción de las relaciones familiares (Hosni, 2011).

Por otro lado, las redes sociales crean sociedades que no duermen; uno puede encontrar contacto con otro las 24 horas. Las sociedades virtuales son altamente descentralizadas y resultan gradualmente en el desmantelamiento del concepto de identidad tradicional. "La desintegración de la identidad no se limita a la identidad nacional o residente, sino también a la identidad personal, porque quienes usan las redes sociales a menudo usan seudónimos y avatares, y algunos tienen más de una cuenta" (Elsayed, 2021).

Estudios realizados en las últimas décadas señalan por ejemplo que "los medios digitales generan múltiples nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad" (Elías & Díaz, 2015). Los adolescentes están la mayor parte del tiempo interactuando en la virtualidad, en la actualidad es posible afirmar que en su mayoría el ocio adolescente está sobre algún tipo de influencia de redes sociales, así, por ejemplo:

En la adolescencia el grupo de pares pasa a ser muy relevante en la construcción de la identidad y se transforma en un referente para ir modulando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que se reciba. El *feedback* virtual puede ser perjudicial para algunos adolescentes, ya que se pueden expresar desde el anonimato, con un distanciamiento afectivo importante, con un bajo nivel de empatía, con una utilización del "pensamiento hablado" y con una gran dificultad para evaluar lo que sus mensajes están

generando en el otro. Todo ello tiene consecuencias negativas en la construcción de la identidad de los jóvenes, especialmente cuando la difusión de contenidos negativos o descalificadores se propaga muy rápido, alcanzando niveles insospechados (Elías & Díaz, 2015).

En un estudio titulado *Social Media and Mental Health* de los autores, Luca Braghieri, Ro'ee Levy, and Alexey Makarin, demuestra con un método casi experimental lo que ya asumíamos: Facebook influye de manera negativa sobre nuestra salud mental. Los resultados muestran que el efecto que tiene Facebook en el estado mental del usuario es equivalente al 22% del efecto que tiene perder un empleo. En otras palabras, el simple hecho de utilizar Facebook es equivalente al 22% del estrés que sentirías si perdieras tu empleo (Schwab, 2022).

Desde 2008, la salud mental de los americanos no ha hecho más que empeorar. El deterioro es visible sin importar la edad, pero es especialmente grave en el segmento de entre 18 y 23 años. Por decirlo con sencillez, la proporción de personas entre 18 y 23 que sufren estrés psicológico se ha doblado en 11 años. Los datos varían según los indicadores, pero podemos decir que hemos pasado de un 8% de personas que sufren a +/- 16%. El efecto de Facebook es equivalente a 2 puntos porcentuales. Saber que hay 19 millones de estudiantes universitarios en Estados Unidos significa que Facebook es directamente responsable del deterioro de la salud mental de 380.000 estudiantes (Schwab, 2022).

Para el caso latinoamericano, también existen algunos estudios preocupados por comprender la influencia de las redes sociales sobre las emociones de los adolescentes (Huamani Calloapaza, 2022), analizó diversas referencias, de los últimos cuatro años, respecto a la incidencia de las Redes Sociales Virtuales (RSV) sobre la salud mental de adolescentes latinoamericanos. De los resultados relevantes hallados, evidenció que el uso de estas tecnologías se incrementó en el transcurso de la pandemia por la COVID-19, tanto en los entornos académicos como sociales. Además, reveló diversos efectos del uso recurrente de las RSV en la salud mental, tales como la depresión, ansiedad, irritabilidad, bajo rendimiento académico y trastornos del comportamiento (2022, pág. 780).

Los largos periodos de confinamientos por causa del COVID-19, obligaron a millones de niños, niñas y adolescentes a utilizar computadores y celulares como herramienta para recibir clases desde el hogar, posterior a las clases, muchos de estos no tenían otros medios de diversión

o formas de aprovechamiento del ocio, a no ser el internet. Anterior al escenario de la pandemia, la OMS alertaba que, "una de cada cinco personas padece problemas de salud mental y que casi el 50 por ciento de todos los problemas de salud emocional comienzan antes de los 14 años" (OMS, 2021), en ese sentido, el contexto de pandemia exacerbó esa situación.

Este escenario, generó conductas de adicción a las redes sociales en muchos adolescentes, haciendo que estos pasaran de estar conectados a estar hiperconectados. Esta situación implicó un cambio en los hábitos de los usuarios, quienes por ocio, aburrimiento o impulsividad pasan a desear estar la mayor parte del tiempo en la red. De modo que, la dependencia a las redes sociodigitales reduce la libertad del usuario, confinándolo a un ámbito estrecho dentro de los espacios virtuales que frecuenta. Esta adicción se manifiesta también en una falta de autocontrol al utilizar estas plataformas, generando una dependencia significativa hacia ellas.

Por otro lado, la revisión sistemática de Mallo Méndez (2023) titulada "Impacto de las Redes Sociales en la Percepción de la Imagen Corporal en Adolescentes" destaca la variabilidad de los resultados en la literatura especializada. Por ejemplo, señala la autora que tres estudios encontraron una relación negativa entre la percepción de la imagen corporal y el uso frecuente de redes sociales (Espinoza y otros, 2019; Díaz y otros, 2019; Cuadra & Peralta, 2018). Por otro lado, algunos estudios sugieren que no todos los efectos del uso de redes sociales en la imagen corporal son negativos. El estudio de Hernández y Carbona (2019) encontró que el uso moderado de redes sociales puede estar asociado con una mayor satisfacción corporal en estudiantes universitarios en México.

Este punto es interesante, ya que Facebook es una red social que trabaja principalmente con imágenes y videos, lo visual adquiere una mayor importancia, las fotografías, videos y otros contenidos pictóricos motivan a los usuarios a publicar contenido agradable, y los jóvenes y adolescentes quieren siempre subir fotografías casi perfectas de sí mismos, de lo que los representa o de cómo se proyectan a sí mismos. Ese deseo de validación se verá reflejado en el número de *likes*, de comentarios o de reacciones de los otros miembros de su comunidad virtual. En ese sentido, debido a que las redes sociales a menudo presentan imágenes idealizadas y filtradas de personas, una no reacción, o una reacción inesperada puede llevar a los adolescentes a compararse negativamente. Esta comparación constante puede afectar su autoestima y generar insatisfacción con su propio cuerpo.

Por otro lado, los adolescentes pueden sentirse presionados a cumplir con ciertos cánones de belleza promovidos por las redes sociodigitales. Esto puede llevar a comportamientos poco saludables, como dietas extremas o ejercicio excesivo. En la actualidad es muy usual que los adolescentes sigan cuentas de *influencers* digitales, y estos acaban promoviendo productos de belleza y de moda, que refuerzan ciertos ideales de belleza. Esto puede crear una percepción distorsionada de lo que es normal o deseable.

En ese orden de ideas, existe un manejo inadecuado de las emociones, mediado por el uso indebido de las redes sociales. De modo que es importante una adecuada orientación por parte de la familia y la escuela para que los adolescentes aprendan a regular sus emociones. Los adolescentes que regulan adecuadamente sus emociones tienen mejor salud física y psicológica, porque presentan menor número de síntomas físicos y bajos niveles de ansiedad, depresión, ideación e intento de suicidio. No obstante, cuando no se posee la habilidad de regular las emociones, es más probable que estos síntomas aparezcan y afecten la salud del adolescente (Bolívar Ramírez & Avendaño Prieto, 2022).

El término de regulación emocional (RE) hace referencia al conjunto de estrategias para redirigir el flujo espontáneo de las emociones mediante la modificación de la calidad o la intensidad de la emoción, por tal razón, este proceso es necesario cuando las experiencias emocionales espontáneas no contribuyen a la emisión de conductas adaptativas coherentes con los objetivos y necesidades personales (Giuliani y otros, 2015). Así mismo, según Zelazo (2020) una adecuada regulación emocional implica que la persona tenga la capacidad de reconocer las emociones junto con sus elementos esenciales, así como los desencadenantes, consecuencias de la activación emocional y los objetivos a largo plazo (Bolívar Ramírez & Avendaño Prieto, 2022).

Para el caso del contexto virtual o de las redes sociodigitales una de las formas de regulación emocional es evitar la exposición o la frecuencia al interior de las mismas, apostándole a otro tipo de acciones en espacios abiertos como parques o zonas de aire libre. Si se ha logrado identificar que la permanencia constante en las redes sociales genera emociones negativas o desagradables, la mejor opción es hacer pausas, desconexiones, o inclusive cerrar temporalmente la red social.

Además, el contexto también puede influir en el uso de estrategias de regulación emocional por parte de los adolescentes. En un reciente estudio se encontró que era más probable que

el éxito de la regulación se produjera durante situaciones en las que la emoción era de menor intensidad y cuando el control situacional percibido era mayor. Es decir, cuando una emoción era menos intensa, y el adolescente sentía que tenía mayores niveles de control sobre la situación, era más probable que tuviera éxito en la regulación de una experiencia emocional negativa. Dado que se supone que los adolescentes experimentan emociones más intensas e incontrolables que los mayores (De France & Hollenstein, 2022). Estos resultados sugieren que las percepciones de intensidad y control pueden desempeñar un papel importante para comprender por qué los adolescentes tienden a tener más dificultades con la regulación emocional que los adultos (Bolívar Ramírez & Avendaño Prieto, 2022).

De modo que es posible afirmar, que del mismo modo en que los adolescentes pueden ser influenciados por factores externos como las redes sociales, también tienen plenas capacidades para el manejo de las emociones suscitadas por los contenidos virtuales. Sin embargo, estas capacidades deben ser entrenadas, y, sobre todo, motivadas desde el entorno familiar y el contexto en el cual se desarrolla la vida de los adolescentes. El entorno familiar, escolar y cultural moldea a la persona, dotándola de objetivos, métodos para alcanzarlos y expectativas específicas. Estas influencias se adaptan y evolucionan de manera dinámica cuando la persona interactúa con los demás y con su entorno. Cuando el adolescente, sale de ese contexto protector, los efectos en sus objetivos pueden perdurar, generando un impacto prolongado y significativo en su vida.

El análisis del contagio de las emociones a través de las redes sociales es importante, en la medida en que constituye un aporte a la perspectiva psicosocial, puesto que se analizan los factores sociales externos que generan alguna influencia en la conducta y el funcionamiento psicológico de las personas de una forma más amplia y teniendo en cuenta la relación existente entre mente y sociedad. “Es por ello que los conceptos de salud mental y psicosocial están estrechamente ligados, debido a que estos hacen referencia a un estado de bienestar que involucra las diferentes dimensiones del ser humano” (Fundación Murales Raccs, 2020).

Desde este enfoque, y a partir del análisis sobre el contagio emocional a través de la red social Facebook, desarrollado por las investigaciones anteriormente citadas, es posible afirmar que existe un riesgo psicosocial en las formas que tienen los adolescentes de interactuar con la virtualidad y sobre todo en la manera en las cuales el algoritmo emite contenidos que generan

cierto grado de adicción en los mismos, generando situaciones que amenazan el bienestar emocional y social de muchas personas.

Algunos estudios consideran el ámbito del internet y las redes sociales como parte de las llamadas adicciones conductuales, en ese sentido intentan analizarla a partir del Modelo de Adicción Biopsicosocial de Griffiths, un marco teórico que explica la adicción desde una perspectiva multidimensional, integrando factores biológicos, psicológicos y sociales. Este modelo fue propuesto por el psicólogo británico Mark Griffiths y se utiliza para entender cómo y por qué las personas desarrollan comportamientos adictivos. Según García:

La gran pregunta que se cierne en los círculos científicos es la misma que en los casos anteriores, ¿estamos ante una nueva adicción real o potencial? El referente ante esta pregunta lo encontramos en autores como Kimberly Young (1996) que definía y acotaba el concepto de adicción a Internet como un deterioro centrado en el control de su uso, que tiene manifestaciones sintomáticas a nivel cognitivo, conductual y fisiológico. Se llega a hacer un uso excesivo de Internet que acarrea como consecuencias la distorsión de los objetivos personales, familiares y profesionales (García del Castillo, 2013).

El modelo de Adicción Biopsicosocial de Griffiths, tiene en cuenta los factores biológicos, los factores psicológicos y los factores sociales, que para este estudio son de gran importancia, estos factores tienen en cuenta el: Ambiente Social: Influencia de amigos, familia y cultura en el desarrollo de la adicción. El Contexto Social: Disponibilidad y accesibilidad de la sustancia o comportamiento adictivo y las Normas Sociales: Normas y expectativas sociales que pueden fomentar o desalentar el comportamiento adictivo.

Una de las principales características de este modelo es la idea de que existe una interacción entre los factores que generan la adicción, pues entiende que esta es el resultado de una relación entre factores, psicológicos, sociales y biológicos. Por otro lado, al utilizar un enfoque holístico, ofrece una perspectiva integral del comportamiento adictivo, reconociendo la multidimensionalidad del problema. Finalmente es un instrumento flexible en su aplicabilidad, ya que permite entender las diversas formas de adicción, incluyendo las adicciones comportamentales.

2.5 Estudio de caso sobre el uso del internet en los adolescentes colombianos

Este estudio evidencia que en su mayoría los adolescentes en Barranquilla, hacen uso de la RS por entretenimiento, búsqueda de información, para conectarse con sus amigos y familiares y sobre todo para ver contenido relacionado con la cultura, lo que parece indicar que en su mayoría los jóvenes colombianos pueden hacer buen uso de las redes sociodigitales

No obstante, es importante un análisis más detallado sobre los posibles riesgos que puede traer el uso constante del internet en esta población, por ello, recientemente la Universidad de los Andes y la empresa de telecomunicaciones Tigo, elaboró un estudio titulado *Riesgos y Oportunidades del Uso del Internet para Niños, Niñas y Adolescentes en Colombia* del 2024. Según los autores, fueron seleccionadas instituciones públicas y privadas de áreas urbanas y rurales, la investigación contó con una muestra de 5718 estudiantes. El estudio arrojó que los NNA usan el internet para:

- El 53% en búsqueda que permitan incrementar el aprendizaje
- El 33% en compra y venta en línea, es decir, fines comerciales
- El 22% en participaciones de toda índole, ya sea política o actividades sociales
- El 34% conectarse con personas nuevas del entorno o del exterior.
- El 25% en actividades que permiten relacionarse de manera creativa como juegos, videojuegos o música
- El 37% participaciones sobre la salud, ya sea esta física/deportiva o emocionales
- El 42% en actividades sociales, ya sean relaciones amorosas o amistosas

Otro de los hallazgos de este estudio, coinciden con los resultados encontrados en la investigación, por ejemplo:

- Los niños y niñas entre los 13 y los 16+ años usan más el internet para actividades de aprendizaje comparados con los que están en un rango de 9 a 12 años.
- Las niñas, niños y adolescentes entre los 13 y los 16+ años usan más el internet para actividades comerciales comparados con los que tienen entre 9 y 12 años. En relación con el nivel

socioeconómico, se observa que las niñas, niños y adolescentes de los niveles socioeconómicos más altos (5-6) pasan más tiempo en actividades comerciales.

- Las niñas, niños y adolescentes que reportaron usar el internet para actividades relacionadas con su vida personal, tales como información sobre salud física o recursos emocionales, usan un 37% de su tiempo en línea en ellas. En términos de sexo, las niñas usan más el tiempo que los niños en actividades de internet relacionadas con su vida personal.

- En un 42% del tiempo de las niñas, niño y adolescentes del estudio reportaron usar el internet para interactuar, este, a diferencias de los demás hallazgos no se obtuvieron diferencias entre niños y niñas

Dentro de las situaciones de riesgo encontradas se destacan las siguientes:

Situaciones que generan molestia, incomodidad o temor: El 62% respondió que han sido muy pocas las experiencias en las que los haya hecho sentir molestos, incómodos o asustados. Sin embargo, un 14% reporta haberlo vivido al menos una vez mes, a diferencia de un bajo porcentaje de 8.6% lo ha experimentado al menos una vez a la semana (Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz, 2024, pág. 15).

Exposición a contenidos sexuales. Es importante mencionar que, 60% de la muestra menciona que no se ha topado con imágenes sexuales el último año, mientras que, 18% las vio algunas veces, y un 8% vio en reiteradas ocasiones imágenes sexuales. El 12% no respondió. Han sido los hombres quienes más las imágenes sexuales.

Uno de los hallazgos más preocupantes es el siguiente:

El 20% de la muestra manifiesta haber visto múltiples formas de hacerse daño o herirse a sí mismo, mientras que el 17% menciona que vio personas quitarse la vida, el 23% contenidos de como bajar de peso rápidamente, y el 16,9% contenidos de odio hacia las demás personas. Además, el 17% vio contenidos de las diferentes drogas y como se consumen y el 32% maneras violentas de cómo lastimar a otros. La mayoría de quienes pudieron evidenciar estos contenidos fueron mujeres (Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz, 2024, pág. 15).

Por otro lado, la investigación menciona que, no solo la calidad del sueño, el rendimiento académico y los patrones alimenticios se ven seriamente envueltos, sino que también el uso

desmedido de las plataformas sociodigitales puede afectar negativamente el bienestar emocional de de los estudiantes. Esto se evidencia por las largas horas en la que el adolescente le esta interactuando y se expone a los diferentes de contenidos (como mensajes de odio y violencia y sexual) estrechamente vinculados con la salud mental y emocional. En esa dependencia a lo anterior, el estudio señala que la curiosidad de investigar nuevos espacios virtuales lleva al adolescente a participar en comportamientos que sobrepasan la línea ética, como compartir información privada con desconocidos (Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz, 2024, pág. 15).

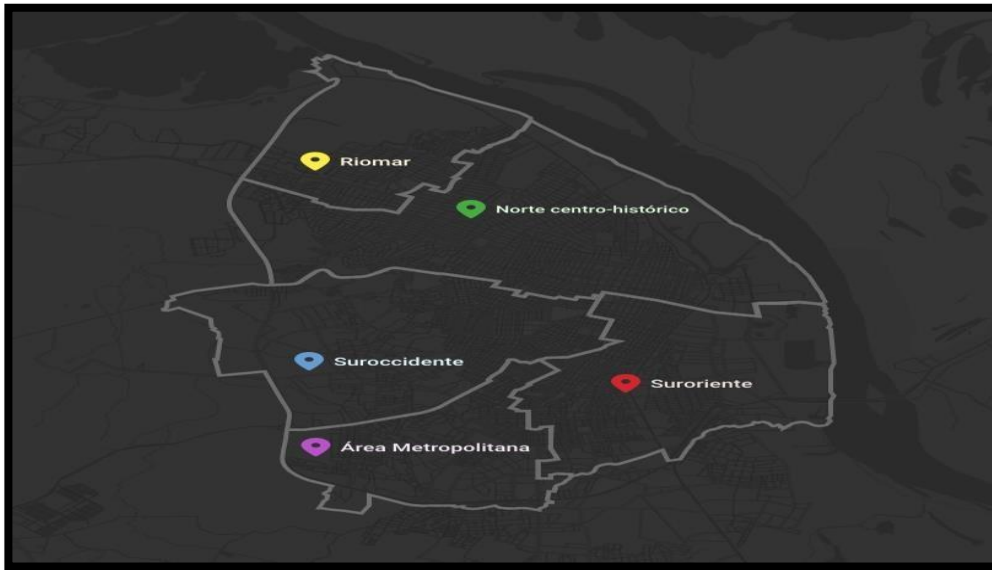
2.6 La circulación de las emociones de los adolescentes en la red social Facebook: Barranquilla

Para analizar el modo en que los adolescentes de la ciudad de Barranquilla interactúan y expresan sus emociones en Facebook, esta investigación utiliza instrumentos que permitieron la recopilación de información como los cuestionarios y entrevistas. A través de ellas formula preguntas encaminadas a identificar específicamente las emociones que circulan con más frecuencia en sus interacciones, así como las principales motivaciones que incentivan el uso de esta red.

De manera complementaria, se analizan las publicaciones de los adolescentes en sus estados de Facebook. Las publicaciones pueden contener imágenes, videos o textos a través de los cuales pueden inferirse las motivaciones o intereses personales de los sujetos. Con respecto a los cuestionarios y entrevistas se considera que estas pueden informarnos sobre las emociones más frecuentes en los adolescentes al momento de interactuar con sus pares en Facebook. Esto permitirá comparar los hallazgos con los de los estudios previos sobre los impactos de las redes sociodigitales en las emociones de los adolescentes y contribuir a la literatura especializada sobre el tema.

Para empezar, es importante ubicar geográficamente al lector. Barranquilla, es una ciudad abierta al mar Caribe, localizada en el norte de Colombia, y capital del departamento del Atlántico con casi un millón y medio de habitantes y perteneciente a la región Caribe.

Ilustración 1. Localidades de Barranquilla¹



Fuente: <https://www.elheraldo.co/localidades-barranquilla>

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2020) están censados un total de 700,983 adolescentes; de los cuales el 351,518 son hombres y 349,465 mujeres.

En su última encuesta sobre el uso de tecnologías digitales del DANE y publicada en la página del Ministerio de Tecnologías de la información y Comunicaciones (2021) se calcula que el 88 por ciento de los adolescentes y jóvenes en Colombia son usuarios frecuentes de internet, siendo el grupo etario más activo. Además, los dispositivos más utilizados por esta población se encuentran computadores portátiles, tabletas y celulares.

En Barranquilla la población adolescente vive en el mundo digital, son parte del 64% que manifiesta acceder a más de una red social para interactuar (TIGO, 2018). Por ejemplo, el 42% manifiesta frecuentar las redes sociales todos los días y el 37% casi todos los días. Las edades del 80% de los adolescentes que más frecuentan la red se encuentran entre los 14 y 17 años (TIGO, 2018). Los espacios sociales que mayormente utilizan los adolescentes son la casa de un amigo (88%) y la habitación o un lugar privado (87%), (TIGO, 2018).

En ese sentido, la cuantificación de la conectividad resulta importante para comprender la masificación del uso de las redes en la ciudad de Barranquilla. Según el mismo informe de la empresa de telecomunicaciones TIGO (2018), el 77% de los adolescentes en Barranquilla tienen una cuenta en alguna red social, siendo *Facebook* con un 33% la red que más usan.

El informe señala que las redes sociales en la ciudad de Barranquilla son ampliamente usadas entre los ciudadanos, de las cuales *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube* son las más usadas (TIGO, 2018). *YouTube* es para los usuarios barranquilleros la red social de mayor uso, en este sitio web los usuarios interactúan entre sí a través de diferentes producciones culturales (TIGO, 2018). Es así que, el uso de las redes sociales se determina a partir de las huellas digitales que dejan los individuos en los buscadores en línea.

El sitio de red sociodigital más importante para el análisis de la circulación de las emociones parece ser *Facebook*. Según datos de *We are Social*, reportados por *Revista Semana* (2022), *Facebook* es la red sociodigital más usada en Colombia con un 91,7% y la población de usuarios más activa en la red son personas entre los 15 y 25 años. El promedio de tiempo de uso es aproximadamente de tres horas diarias y el horario de mayor interacción es el nocturno.

De acuerdo con el reporte reciente del Ministerio de Tecnologías de la información y comunicaciones (2021) un 36,9% de los colombianos usan las tecnologías con fines educativos, el 46,4% para entretenimiento y un 22% con fines laborales. La mayoría se conecta a través de teléfonos inteligentes o *Smartphone* (59%). La posibilidad de acceso a la web mediante teléfonos móviles ha permitido, en el caso de los adolescentes, la realización de actividades académicas. Muchos jóvenes y adolescentes hacen un buen uso de las herramientas tecnológicas para aprender nuevas habilidades u obtener nuevos conocimientos.

Sin embargo, es importante analizar el contexto desde el cual se expresan las emociones, opiniones y el contenido que postean los adolescentes en las redes sociodigitales en Colombia y en la ciudad de Barranquilla. Es cierto que todos los adolescentes en el mundo poseen características comunes, ya que la adolescencia es un ciclo del desarrollo evolutivo del ser humano. No obstante, es importante resaltar que las condiciones sociales, materiales, el contexto político y cultural de los lugares que habitan, influyen de manera considerable las interacciones que se tejen en las redes sociodigitales.

Colombia es un país dividido en estratos. En este sistema, las personas más pobres habitan en los estratos más bajos (1 y 2) y las personas más ricas en los estratos más altos (6 y 7). Una política pública en asuntos relacionados con el pago de servicios públicos puede responder a esta clasificación, por ejemplo, los estratos más altos, independientemente del consumo, pagan tarifas más altas. “Colombia tiene un sistema *sui generis* de clasificación de los inmuebles residenciales que surge como una aproximación a la capacidad económica de sus residentes” (Gallego y otros, 2014). En lo que concierne al servicio de internet, en la década de 1990 y la primera de los 2000, los estratos más altos podrían costear el pago del servicio, mientras que para los estratos más bajo el acceso era una privación. La llegada de teléfonos inteligentes posibilitó el acceso de internet a cientos de miles individuos a nivel mundial mitigando la desigualdad digital, entre ellos Colombia. Según una nota de prensa del periodista Juan Pablo Escobar (2023), para el portal *Infobae*, Colombia se ubica en el último lugar (38) con un 60,5% de población con acceso al servicio de internet de los países de la OCDE.

CAPÍTULO 3

Método de estudio

3.1 Consideración

Metodológicamente, los investigadores de las emociones en entornos digitales han abordado este fenómeno privilegiado ya sea la perspectiva cuantitativa o cualitativa y pocos estudios analizan estos objetos desde el cruce de ambas perspectivas. Esta investigación propone ir un paso más allá utilizando un enfoque mixto para el estudio de las emociones en Facebook. Para ello, se utilizan datos de tipo cualitativo y cuantitativo y métodos que permitan la interpretación de los datos en función de su propia naturaleza. Esta elección metodológica permite observar el objeto y reconstruirlo de manera integral.

El fin último de toda metodología consiste en producir conocimiento validado mediante un conjunto de pasos y caminos que lo posibiliten. Este estudio busca a través de dicho tránsito, mantener un cuestionamiento de los hechos; “por supuesto, cuestionamientos debidamente sustentados en escalas de análisis, así como de técnicas de la investigación” (Romero, 2012, pág. 178). Cuando se habla de las formas propias de la investigación social, un aspecto destacable tiene que ver con el uso de la creatividad por parte de quien investiga. El reto básico en la investigación, sostiene Galindo (1998), citado en Romero, “es la creatividad y la capacidad de configurar posibilidades a partir de posibilidades” (2012, pág. 175). Por consiguiente, la creatividad consiste “en pensar la metodología como algo dinámico” y “el objeto como algo resbaloso que nunca se deja atrapar y que está en constante metamorfosis” (Romero, 2012, pág. 178).

3.2 Desarrollo de la investigación

Con base el argumento expuesto en la consideración anterior, se aplicaron diferentes herramientas de recolección de información con el objetivo de abordar el objeto de estudio de la manera más amplia posible. Entre estas herramientas sobresalen, cuestionarios, entrevistas semiestructuradas y etnografía digital. Las entrevistas permitieron ahondar en el comportamiento de los adolescentes en Facebook y conocer el tipo de información que publican y el perfil de los usuarios con quienes interactúan con más frecuencia, así como sus experiencias personales en esta red. Con el cuestionario se buscó tener una mirada amplia sobre el patrón de uso, las redes sociodigitales más

frecuentadas y sus preferencias según el género. La sistematización de esta información fue clave para comprender cuantitativamente el comportamiento de los adolescentes en Facebook.

Con los instrumentos metodológicos que proporciona la etnografía digital fue posible observar detalladamente en tiempo real el comportamiento de los adolescentes que participaron de las entrevistas y cuestionarios, lo cual facilitó de manera complementaria conocer las dinámicas de interacción social. Algunos académicos consideran la etnografía digital como “un campo de estudio cuyo objeto son los fenómenos sociales mediados por ordenadores” (Aronica, 2019, pág. 23). En ese sentido, se trata de “un método de investigación que permite estudiar el modo en el que las personas se comportan e interactúan digitalmente” (Aronica, 2019). A continuación, se detalla un poco más sobre los sujetos que constituyeron las unidades de observación.

3.3 Unidades de observación y de análisis

Un punto crucial en un proyecto de investigación tiene que ver con qué y quienes constituyen las unidades de análisis y de observación. En algunos casos ambas entidades pueden coincidir, como en el caso de este estudio, en otras no necesariamente, de ahí la importancia de diferenciarlas conceptualmente. “Una unidad de análisis es la entidad sobre la que se deseas poder decir algo sobre el foco principal del estudio” (DeCarlo, 2022), en este caso, las emociones de los adolescentes de la ciudad de Barranquilla. Una unidad de observación, por su parte, “es el ítem (o ítems) que realmente observas, mides o recolectas en el curso de intentar aprender algo sobre tu unidad de análisis” (DeCarlo, 2022), para nuestro caso de estudio, adolescentes.

En concreto, sostiene de DeCarlo, “la unidad de análisis estará determinada por la pregunta de investigación” (cómo circulan las emociones en Facebook), mientras que “la unidad de observación, por otro lado, está determinada en gran medida por el método de recolección de datos que utiliza” (2022) (entrevistas, encuestas) para interrogar a quienes aportan a la información.

En nuestro estudio, los cuestionarios se aplicaron a un grupo de adolescentes del centro educativo Liceo Mayor Rafael U. Lafourie Rivera de la ciudad de Barranquilla, Colombia. Más específicamente, se seleccionaron 95 estudiantes de nivel bachillerato, grados 9 y 11, de edades que van desde los 14 a los 18 años. La mayoría de los estudiantes viven en cercanía del plantel educativo, y pertenecen a estratos 1 y 2, los más bajos de la estratificación social, de la ciudad de Barranquilla, por sus escasos recursos, se inscriben a esta institución que es pública. Con la

información recogida analizamos el modo en que circulan las emociones de este grupo de adolescentes en Facebook.

Tabla 1. Esquema de unidades de observación y su descripción

Unidad de observación	Descripción
<p>Adolescentes</p> <p>Adolescentes entre los 14 a 18 años, estudiantes de 9, 10, 11 grado</p>	<p>Gerardo Castillo (1999) define la adolescencia como:</p> <p>“Un proceso de crecimiento, mediante el cual el adolescente adquiere gradualmente autonomía y madurez, tanto a nivel psicológico como social, de tal manera que va construyendo progresivamente su propia personalidad. Este periodo no solo implica cambios biológicos experimentados, es también un proceso de vital importancia para el futuro desarrollo de la vida adulta. Se trata de un cambio cuantitativo y cualitativo que está relacionado con la maduración de la personalidad” (pág. 19).</p>
<p>Redes Sociodigitales</p>	<p>“Las redes sociodigitales como la unión de grupos de individuos conectados a través de internet que comparten intereses, relaciones o actividades en común. Estos espacios virtuales sirven como plataformas donde se llevan a cabo interacciones sociales, se comparten preferencias de consumo de información y se establecen encuentros, ya sea de manera instantánea o diferida” (Ponce, 2012).</p>
<p>Facebook</p>	<p>“Facebook es una red social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos (Merodio, 2016). Entre las</p>

características más importantes de esta red está la posibilidad de compartir diferentes contenidos de manera instantánea”.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Descripción de los instrumentos de recolección de información

Para la recopilación de los datos se aplicaron cuestionarios y entrevistas. Siguiendo a Bravo Paniagua y Valenzuela González, creemos que el primer instrumento es “útil para recoger de manera estandarizada información sobre características de una población de interés, así como la posibilidad de identificar opiniones, creencias y actitudes” (2019). Desde su lógica, “la construcción de un cuestionario implica un diseño metódico que aumente la probabilidad de que la información que se recogerá a través de él sea acertada” (2019). Para responder a las inquietudes centrales del estudio se formularon preguntas que recogieran información sobre los aspectos sociodemográficos básicos de los adolescentes. Por otra parte, nos interesaba que los encuestados manifestaran sus preferencias de redes sociales, el tipo de contenido que comparten, la frecuencia con la que acceden a la red y el tipo de emociones que circulan con mayor frecuencia en sus contenidos e interacciones.

El segundo instrumento utilizado para recolectar la información fue la entrevista. La utilidad de esta técnica reposa en la centralidad que adjudica a la interacción dialógica “entre el investigador y los sujetos de la investigación” (2011, pág. 16), lo cual facilita ahondar de manera específica en ciertos patrones de comportamiento. Para López y Deslauries, “la entrevista tiene un enorme potencial que permite involucrarse a una parte vital de las personas a través del cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen” (2011, pág. 56). De nuestra muestra inicial, $n=95$, se seleccionaron seis (6)² adolescentes para profundizar en los temas de interés.

En este estudio, las entrevistas fueron guiadas por preguntas puntuales que buscaron conocer las experiencias de los adolescentes con respecto a sus interacciones en la red social. El objetivo principal consistió en identificar las emociones que más manifestaron los adolescentes

² Los adolescentes fueron seleccionados bajo criterios como, rango de edad correspondiente al de un adolescente, que una de sus redes favorita fuera Facebook y que sus padres aprobaran su participación en las entrevistas.

frente a ciertos contenidos que publicaban en Facebook, así como las impresiones u opiniones resultantes posteriores a estas experiencias. Es importante mencionar que los adolescentes que participaron en las entrevistas contaron con la aprobación de sus padres o responsables.

Para el rastreo digital de información se recurre a la etnografía digital, entendida como una metodología integral que emplea diferentes técnicas de recolección de información cualitativa que el investigador considere pertinente para recoger toda aquella información que le permita una descripción pormenorizada del fenómeno de estudio (Ruiz Méndez & Aguirre Aguilar, 2015). La importancia de los procesos de recolección de este acercamiento radican en los estándares no codificados del método de investigación, debido a que se permite un proceso descentralizado para la recolección de datos (Ruiz Méndez & Aguirre Aguilar, 2015). Esta ventaja de la etnografía digital nos permite profundizar en los modos en que los adolescentes construyen sus relaciones sociales en Facebook y conocer las percepciones y apreciaciones subjetivas de los sujetos respecto a asuntos puntuales de importancia como la circulación de las emociones.

Este tratamiento mixto adaptado en este estudio permitió examinar los significados emocionales que los adolescentes adjudican a sus contenidos en la red. La importancia de analizar las emociones desde diferentes tipos de datos (cuali-cuanti) radica en la posibilidad de dividir el fenómeno en sus partes para reducir su complejidad y obtener una descripción más detallada del mismo. En este proceso, la construcción del objeto como entidad independiente, implica un análisis exhaustivo del contexto en el que ocurre y los mecanismos comunicativos (redes sociales) que lo hacen posible, que resultan significativos desde un punto de vista teórico-práctico (impacto psicosocial). Como ya se señaló, la recolección de datos implicó tres importantes etapas centrales: a) base de datos mediante cuestionario mixto y b) recolección de información en entornos virtuales mediante etnografía digital y c) entrevistas semiestructuradas a informantes clave.

Los datos obtenidos fueron procesados, almacenados y analizados con la ayuda de dos programas estadísticos, MaxQDA e IRaMuTeQ. El primero es un programa estadístico que se emplea para el análisis y procesamiento de datos cualitativos. Aunque también ofrece funciones avanzadas para el análisis de datos cuantitativos lo que permiten integrar datos de ambos tipos en un mismo análisis, cuantificar los resultados y calcular frecuencias estadísticas o comparar grupos basados en hallazgos tanto cualitativos como cuantitativos (MAXQDA, 2021)

El IRaMuTeQ es otro paquete estadístico de versión libre cuya base es el lenguaje de programación R. este software “permite diferentes formas de análisis estadísticas de corpus textual y de tablas: individuos por palabras” (Camargo & Justo, 2013). Asimismo, “permite los siguientes tipos de análisis: estadísticas textuales clásicas; la investigación de grupos específicos; la clasificación jerárquica descendiente; análisis de similitud y la nube de palabras” (Camargo & Justo, 2013).

3.5 Procedimiento de aplicación de cuestionario y entrevistas

El proceso para la aplicación de cuestionarios y entrevistas se llevó a cabo en el siguiente orden y de la siguiente manera:

Población: Adolescentes de los grados noveno, undécimo.

Institución: Institución Educativa Lafaurie Rivera.

Número total de participantes: 95 estudiantes (aplicación de cuestionarios)

Tabla 2. Procedimiento de aplicación de cuestionarios y entrevistas

Fecha	Actividad	Número de estudiantes	Observaciones
6 de feb de 2023	Socialización con el rector del plantel educativo		La institución educativa debe seguir el conducto regular para que una persona externa pueda hacer intervenciones y notificar a la Secretaria de Educación de Barranquilla.
20 feb de 2023	Acercamiento con los estudiantes		Se les explica a los estudiantes las actividades a realizar y de qué trata el proyecto.
6 mar de 2023	Aplicación de cuestionario	35 estudiantes	Primer momento de la investigación

13 mar de 2023			Por cuestiones de salud suspendí actividades.
21 mar de 2023			Por cuestiones de salud suspendí actividades.
3 abril de 2023	Aplicación de cuestionario	60 estudiantes	Dos grupos de estudiantes y hace parte del primer momento de la investigación.
4 abril de 2023	Envíos de permisos	5 padres de familia	
10 abril de 2023	Entrevista (50 minutos)	1 estudiante	Segundo momento
11 abril de 2023	Entrevista (45-48 minutos)	2 estudiante	Segundo momento
12 abril de 2023	Entrevista (48 minutos)	1 estudiante	Segundo momento
13 abril de 2023	Entrevista (50-45 minutos)	2 estudiantes	Segundo momento

La tabla de arriba describe el proceso a través del cual se realizó el trabajo de campo en la Institución educativa y el orden de las entrevistas aplicadas a los y las estudiantes. Es importante mencionar que todo el proceso de acercamiento fue presencial y dos de las entrevistas se realizaron vía zoom, cada una tuvo una duración de aproximadamente una hora.

3.6 Operacionalización de conceptos y categorías de análisis.

Este diseño de investigación es fundamental la construcción de un sistema categorial de análisis. Por lo general, este se enmarca en los ejes sustantivos de la teoría, buscando consolidar un aparato crítico que permita la codificación rigurosa y objetivada de las unidades de análisis (adolescentes, emociones y redes sociales), con el fin de reducir sesgos y aumentar la confiabilidad y validez de los datos. La tabla 2³ describe nuestras categorías de análisis y la manera en que fueron operacionalizadas siguiendo algunas definiciones teóricas.

³ Si bien este software fue diseñado originalmente en un laboratorio de representaciones sociales, con enfoque estructural, su utilidad no se restringe únicamente a este campo, puesto que cualquier estudio que se disponga a medir la frecuencia de palabras o analizar el modo en que un conjunto de palabras se encuentra asociadas podría aprovechar sus ventajas, como ha sido el caso de esta investigación, la cual busca metodológicamente producir mediante el software un diseños que expresa la asociación de palabras mediante el análisis lexicográfico.

Tabla 3. Sistema categorial de análisis.

Categorías / Subcategorías	Descripción
<p>Emociones</p>	<p>Mariano Chóliz (2005), define “las emociones como una experiencia multidimensional con al menos tres sistemas de respuesta: cognitivo/subjetivo, conductual/expresivo y fisiológico/adaptativo”.</p>
<p>Fisiológico/adaptativo</p> <p>Ansiedad, Estrés, temperatura corporal, tensión arterial, pánico.</p>	<p>“Las emociones funcionan como facilitadoras de la respuesta apropiada ante las exigencias ambientales”, y también son “inductoras de la expresión de la reacción afectiva a otros individuos” (Chóliz, 2005). Según la primera función, el miedo estaría asociado al escape o la inacción. La segunda función, la adaptativa, está relacionada con la expresión de las emociones, por ejemplo, el miedo.</p>
<p>Conductual/expresivo</p> <p>Alegría, miedo, irritabilidad, vergüenza, tristeza, sorpresa.</p>	<p>Dentro de esta categoría sobresalen tanto la comunicación no verbal (lenguaje corporal: expresiones faciales, movimientos corporales, conducta de aproximación-evitación) como la verbal (entonación de la voz, intensidad, sonidos, etcétera). Entre los factores asociados con este componente se destacan los de tipo socioculturales y educativos que pueden contribuir a regular la expresión de las emociones. La expresión emocional con el desarrollo ontogenético del individuo, el adulto puede ejercer un mayor control emocional en comparación con el niño.</p>

Cognitivo/subjetivo

Empatía, autocontrol, motivación, razonamiento, atención, culpa.

Este componente está vinculado a una serie de factores: la experiencia afectiva, la percepción emocional, el escenario en el cual dicha experiencia tiene lugar y la evaluación de la situación. Se refiere por lo general a los estados subjetivos agradable/desagradable) y a la observación consciente que se hace del estado emocional (“soy feliz” o “me siento culpable”)

Fuente: Elaboración propia.

3.7 Tratamiento del corpus

Con el corpus ya limitado y definido, el paso siguiente es la identificación de múltiples coexistencias léxicas. Este método identifica no solo las respuestas recurrentes, sino también sus relacionantes, de tal forma que sea posible formar redes de significados y describir el conjunto de palabras como universos léxicos. Se trató de un proceso de categorización que permitió la racionalidad social entre variables dependiente (emociones) e independientes (red social preferida, tipo de contenido compartido y tipo de información buscada). El cuestionario online fue el catalizador principal que permitió la recolección de este universo de palabras que conformaron el principal corpus textual de análisis. Este dispositivo se diseñó para ser difundido en entornos virtuales y redes sociales a manera de anzuelo, es decir, se publicó en las principales redes vinculadas con el contexto de los individuos incluidos el caso de análisis generando una suerte de pesca de quienes fueron inducidos y decidieron responder al dispositivo. Otra forma de describir este proceso es pensar en las redes sociodigitales, a manera de la mar y el dispositivo de inducción (el cuestionario) como anzuelo o red que logró la pesca de quienes decidieron responder.

3.8 Análisis e interpretación de los resultados

Para un análisis preliminar del corpus se usó el *software* IRaMuTeQ, como ya se mencionó se trata de una interfaz de R para análisis multidimensionales de textos y cuestionarios que permite analizar datos textuales o estadísticos de manera multidimensional. Teóricamente, se creó una

matriz de aproximación desde el núcleo central y el sistema jerárquico y organizado, que a su vez está compuesto por un sistema central y un sistema periférico (Abric, 1994). La base de la matriz fue el análisis de Vergés, en el cual parte del supuesto de que el funcionamiento cognitivo facilita que “algunos términos sean inmediatamente movilizados para expresar una representación” (Vergés, 1994, p. 235). “El carácter espontáneo y proyectivo de esta técnica permite acceder a los elementos que hacen parte del universo semántico del objeto estudiado” (Abric, 1994). Con la lista de términos obtenidos a partir de las respuestas de opción múltiple del cuestionario, se lleva a cabo el análisis empírico, el cual evidencia el “prototipo” de la aproximación de representaciones, que busca dar cuenta el modo en que está organizado el contenido. Cabe insistir en por qué la decisión de trabajar esta perspectiva de análisis, ya que lejos identificar un objeto de representación social en esta investigación; el prototipo de Vergés, con base en el núcleo central y con el apoyo del software, tiene una virtud metodológica se suma utilidad: *problematiza* el objeto de estudio desde el pensamiento social de los actores involucrados; muchas ocasiones la construcción de un problema social desde sus disciplinas, suele definir un problema a priori su contexto y sus actores. Por tal consideración, este momento del proceso analítico resultó tan productivo.

3.8.1 Tratamiento cualitativo: una aproximación interpretativa-comprensiva

Las emociones tratadas en este estudio fueron catalizadas por distintos planos, es decir, los momentos del análisis y tratamiento de las mismas, dieron cuenta de los adolescentes en relación con estas, en virtud de poder ir más allá de la cotidianidad y generar diversas expresiones colectivas. En ese sentido, la información recolectada en el cuestionario, el rastreo de información en entornos virtuales y los relatos de las entrevistas semiestructuradas, se analizaron en un segundo momento, mediante el análisis de contenido. Es importante considerar cómo las emociones que circulan en las interacciones entre adolescentes en Facebook posibilitan la emergencia de comportamientos y la búsqueda de pertenencia grupal e identidad personal. En esta segunda etapa, la investigación se apoya en el software MaxQda, el cual nos permitió un tratamiento de los relatos obtenidos de las entrevistas mediante un proceso de categorización en la modalidad del análisis de contenido codificado, con la finalidad de concentrar las polarizaciones, las coocurrencias y núcleos. Igualmente, su modelación mediante grafos, matrices y esquemas visuales.

Respecto al software, cabe señalar que, por una parte, su uso no reemplaza la perspectiva teórico-metodológica, ni el quehacer del investigador. Por otra, su uso se encaminó

específicamente a la clasificación de la información. Podemos también señalar que, con independencia del enfoque interpretativo (construccionismo, fenomenología, etnometodología o teoría fundamentada) en el que se base el investigador y del diseño de investigación en el que adscribe su trabajo (estudios biográficos, de caso análisis del discurso, etnográfico o cualquier otro), el hilo conductor correspondió a la mirada que como investigadora construí para este estudio.

3.9 Razón técnica y metodológica de los instrumentos para el análisis de los datos

Cabe mencionar que el uso de los softwares MaxQda e IRaMuTeQ que, si bien están diseñados para el estudio de las representaciones sociales, en esta investigación no tuvo como finalidad realizar un análisis de las mismas. Como tal, con los paquetes estadísticos se generaron visualizaciones gráficas de las emociones como un sistema de palabras. Los gráficos nos permitieron medir la frecuencia, la variabilidad, los porcentajes y las intensidades en las que los adolescentes manifiestan sus emociones en Facebook. Por lo tanto, los softwares facilitaron el tratamiento del universo léxico, información rastreada y los relatos narrados, formas comunicativas, para dar cuenta de la circulación de las emociones de los y las adolescentes en sus interacciones en Facebook.

En concreto, IRaMuTeQ fue útil para producir diseños que expresaran la asociación verbal, es decir facilitó la construcción del análisis lexicográfico. Ambas herramientas permitieron el análisis de las emociones desde un enfoque de núcleos y periferias a través de un corpus de palabras (emociones).

CAPÍTULO 4

Resultado del análisis empírico de la circulación de las emociones en Facebook

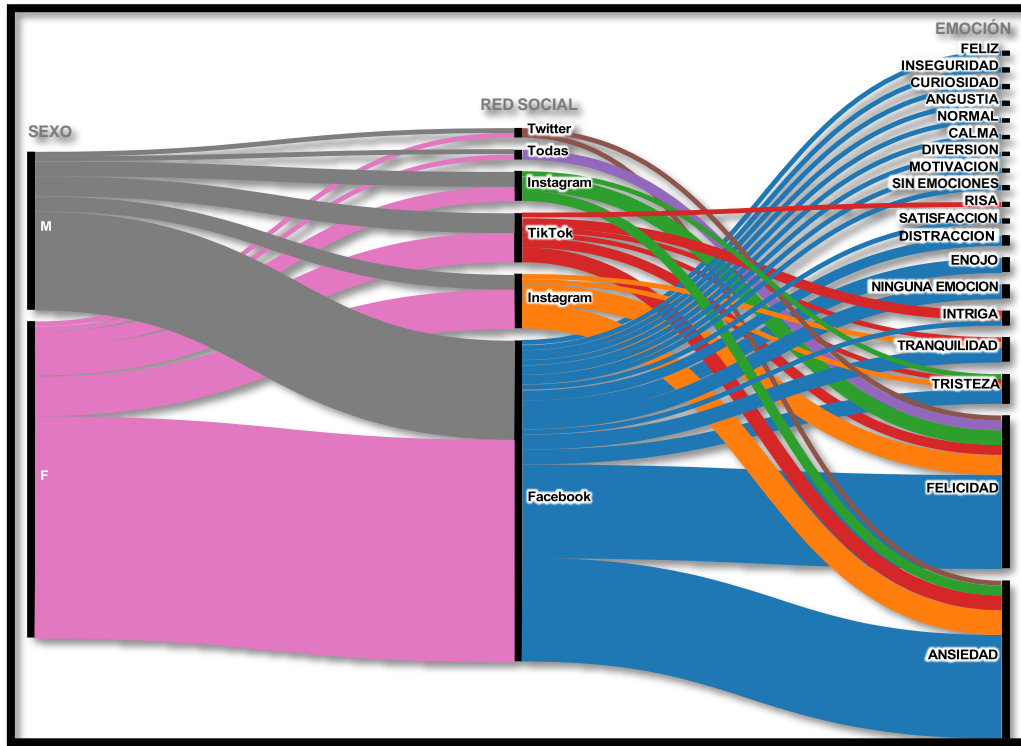
Las emociones como categorías centrales de esta investigación, jugaron un rol en un doble sentido. En primer lugar, constituyeron una fuente primaria del análisis empírico que dio cuenta de una realidad que dota de sentido las interacciones de los individuos en entornos virtuales, principalmente de los adolescentes. En segundo lugar, se convirtieron en elementos de inducción para los mismos actores sociales, toda vez que formaron parte de un dispositivo de campo que cataliza la interpretación y la voz de los involucrados, la cual evoca la posición de los actores clave para la comprensión de su propia realidad. Finalmente, las emociones también fueron resultado de la investigación, en tanto aparecieron dentro de algunos modelos de aproximación en algunas tendencias del grupo social estudiado.

El tratamiento de inicio tiene un corte estructural (frecuencias múltiples y nube de palabras) con resultados que fueron después tratados con análisis de similitud y, finalmente, se sustenta con el núcleo central. Los resultados de estos procedimientos se describen en detalle en los gráficos a continuación. Los resultados fueron obtenidos de un análisis en dos momentos, los cuales se abordan en los siguientes apartados, es decir, para el primer momento se trabajó con los cuestionarios y en el segundo momento las entrevistas, rastreo de entornos virtuales se realizó de manera transversal durante toda la investigación.

4.1 Estudio de caso del primer momento

La figura 1 que se obtuvo con el software IRaMuTeQ muestra la asociación de las variables emociones y uso de redes sociodigitales según el sexo. En primer lugar, los datos muestran que las adolescentes usan con más frecuencia las redes sociodigitales en comparación con los adolescentes. Por otra parte, también se observa que, y contrario a lo que algunas investigaciones sobre el uso de redes sociodigitales afirman, Facebook continúa siendo el sitio de red social preferido de los adolescentes. Finalmente, de las emociones identificadas, la ansiedad y la felicidad fueron las emociones que circularon con mayor frecuencia, mientras que la tristeza, la tranquilidad la intriga y el enojo circularon con menor frecuencia.

Figura 1. Asociación entre las variables principales: emociones, redes sociales y sexo



Fuente: Elaboración propia con IRaMuTeQ

Llama la atención que la ansiedad sea una de las emociones más reportadas y asociadas con el uso de las redes sociodigitales. Muchos adolescentes activos en Facebook ven en las redes sociodigitales un mecanismo que disminuye sus niveles de ansiedad, compartir contenidos, chatear, interactuar con otros para ellos es un paliativo a la ansiedad que produce la rutina diaria. Además, ven en las redes un espacio de liberación de la ansiedad. Para algunos estudios, el uso de las redes sociodigitales como un espacio donde podemos externalizar abiertamente nuestras emociones, en realidad puede producir un efecto contrario, ya que conectarse más tiempo del usual puede agudizar los problemas de ansiedad, depresión y generar otros como perturbación del sueño adicciones a las redes.

En una sociedad como la nuestra, según Urra Albornoz y otros, “donde prevalece el sedentarismo, el uso desmesurado de medios electrónicos, dietas deficientes y la falta de actividad física, es posible que el uso de redes sociales juegue un papel determinante para el incremento de la adiposidad corporal y la presencia de elevados niveles de ansiedad y estrés” (2021).

Para profundizar en esta asociación entre la circulación de las emociones y redes sociodigitales se construyó una medida lexicométrica a partir de la técnica de lematización del corpus, la cual permitió graficar la frecuencia con la que aparecen las emociones en la red y el rango que ocupan en un sistema jerárquico de palabras. El procedimiento consistió en la estimación de la conexión verbal y el análisis de las palabras, de la cual da cuenta de la matriz del conjunto de datos filtrado, es decir, el universo léxico que fue obtenido mediante el cuestionario y su sección de inducción para la evocación libre de palabras. Este proceso permite distinguir la sucesión ordenada de caracteres en las respuestas con acepción propio y posteriormente las une para transformarlas en una cadena de terminales desde la óptica de un lema el cual es la forma aceptada como la representación de la palabra. La Tabla nos muestra detalladamente los resultados obtenidos con esta técnica.

Tabla 4. Matriz de frecuencia múltiple y rango

RESPUESTA	FREQ	%	RANGO
ANSIEDAD	122	11.9	34.65
BAILES	102	10.0	38.6
TRISTEZA	91	8.9	21.49
TIKTOK	82	8.0	35.96
MUSICA	79	7.7	27.63
FACEBOOK	77	7.5	33.77
FELICIDAD	69	6.8	17.11
ALEGRIA	64	6.3	15.35
INSTAGRAM	44	4.3	19.3
DEPORTES	42	4.1	16.67
CUIDADO PERSONAL	40	3.9	16.23
ENOJO	36	3.5	7.89
EDUCATIVO	29	2.8	12.28
RECETAS	22	2.2	9.21
PASATIEMPO	22	2.2	7.02
RABIA	12	1.2	2.63

INTRIGA	10	1.0	2.19
RELAJACION	10	1.0	2.19
TRANQUILIDAD	10	1.0	2.19
DISTRACCION	8	0.8	1.75
CURIOSIDAD	8	0.8	1.75
NOSTALGICO	8	0.8	1.75
TEMOR	8	0.8	1.75
WHATSAPP	8	0.8	3.51
RISA	8	0.8	1.75
FRUSTRACCION	6	0.6	1.32
TWITTER	5	0.5	2.19

Fuente: Elaboración propia con IRaMuTeQ

Como muestra la tabla 3, las emociones que obtuvieron las puntuaciones o porcentajes más altos fueron la ansiedad, la tristeza, la felicidad, la alegría y el enojo. Los datos nos muestran la frecuencia acumulada de respuestas. Asimismo, la relación de estas palabras con las redes sociodigitales, Facebook, Instagram y TikTok son las redes con la asociación más alta. Estas redes figuran como los principales dispositivos catalizadores de estas emociones.

Por otro lado, entre los temas que más buscan los adolescentes sobresalen la danza, la música, el deporte, el cuidado personal y temas educativos y el formato de preferencia de consumo es el video. Aquí hay un aspecto destacable, el consumo de la música y la danza parece estar condicionado por patrones culturales propios de esta región del país, donde el folclor es el principal elemento que da forma a la identidad caribeña. De ahí que las emociones que generan estos contenidos estén próximas a la euforia y la alegría que a la tristeza o la frustración.

La Figura 2 nos muestra la representación visual de las palabras más mencionadas por los adolescentes. El tamaño de dichas palabras es el indicativo de la frecuencia. A diferencia de la tabla anterior, la nube de palabras permite conocer tanto el orden de aparición y alcance como el nivel de asociación en una representación de fuerzas.

Figura 2. Nube de palabras



Fuente: elaboración propia con IRaMuTeQ

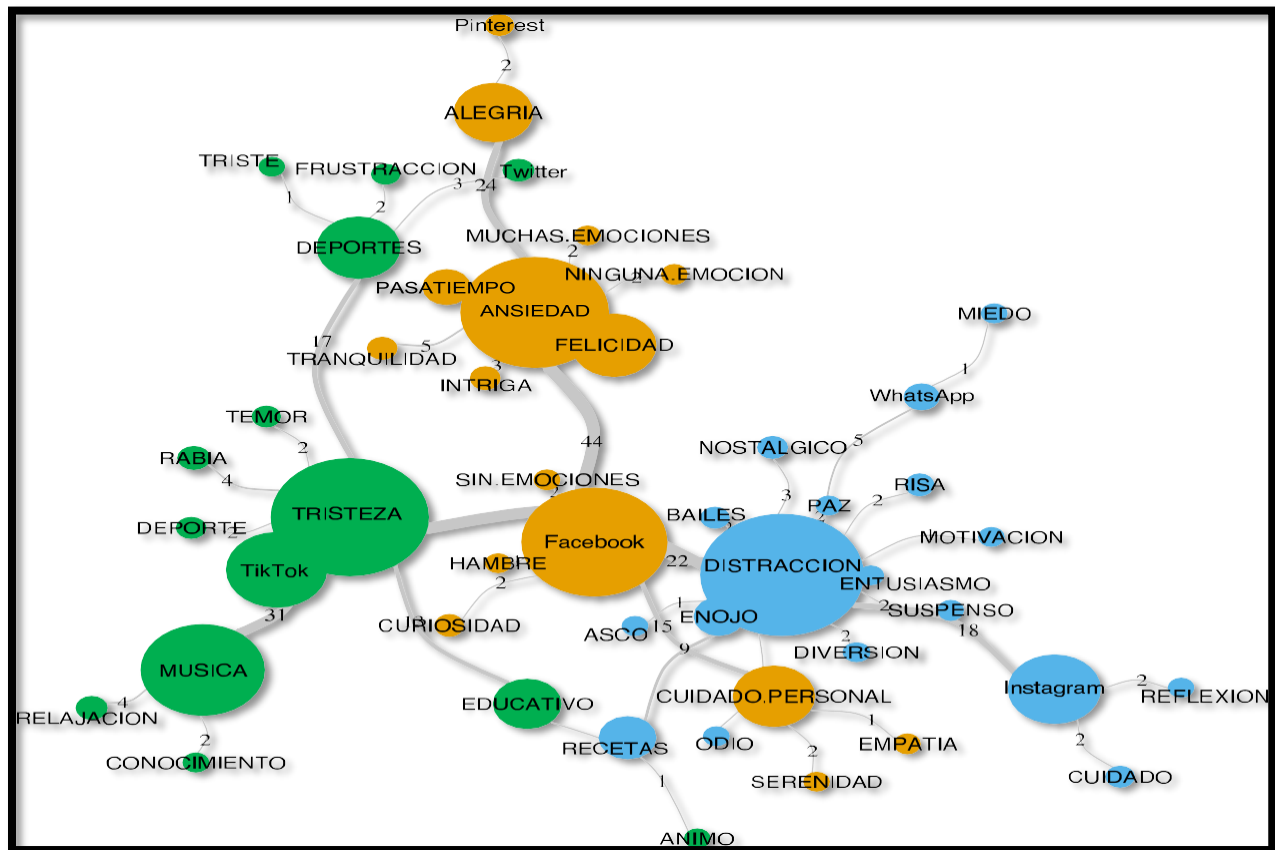
Es de subrayar que la categoría central, es decir la que obtuvo la frecuencia más alta, fue precisamente una emoción, la ansiedad. El tamaño de las palabras en la nube también indica que la ansiedad, la tristeza y la felicidad se correlacionan positiva y principalmente con Facebook y TikTok, mientras que términos como baile y música tienen una relación más débil.

Actualmente, TikTok es una red con un crecimiento vertiginoso a nivel mundial, propone un formato fácil de usar, principalmente, para la compartición de videos cortos, lo cual llama poderosamente la atención de los adolescentes y jóvenes. TikTok tiene un alto poder de enganche, la opción que ofrece su interfaz de grabar, editar y subir videos sin salirse del sitio sobresale como una característica que atrapa a los más jóvenes, siempre predispuestos a manifestar abiertamente sus expresiones corporales y juveniles a través de la música los audios y los doblajes.

La asociación léxica de las palabras se ordena y compone desde el principio de similitud, es decir, primero, se lleva a cabo el trabajo de lematización. Luego se realiza, por un lado, un tratamiento de orden estructural a partir de la composición de las palabras-respuestas, su significado y sus conexiones gramaticales. Por otro, se procede con la construcción de categorías y de perfiles comprensivo-interpretativo, lo que implica la identificación de grupos, jerarquías y

desagregación de las mismas, desde los significados, el contexto, la realidad examinada y sobre todo las respuestas categóricas dada. Dicho esto, el grafo de la figura 3 muestra las cercanías entre palabras, la cual se toma como medida de la similitud entre ellas.

Figura 3. Análisis de similitud de palabras



Fuente: Elaboración propia con IRaMuTeQ

Esta medida profundiza tanto en la estructura del universo evocado de palabras como en la dimensión significativa es decir, lo estructural refiere un primer tratamiento mayormente cargado de estimaciones inferenciales, cruce de rangos de frecuencias e importancias de la evocaciones generadas, y lo significativo, cuando el proceso analítico, implica un análisis de categorización e interpretación de corte más cualitativo, sobre todo por el tipo de fuentes como los relatos vertidos en las entrevistas. Esto no significa como tal una comprensión a priori de la mirada teórico-conceptual de las emociones sino principalmente un esfuerzo por dar voz a los actores sociales. En ese sentido, el grafo propone importantes ejes de discusión entre las respuestas hechas por los participantes y las categorías analíticas construidas deductivamente.

El análisis de similitud hizo posible el conteo de las categorías más representativas en tres grandes grupos. A nivel de las emociones, confirma que la ansiedad, la alegría, la felicidad, la tristeza y el enojo son las más frecuentes, mientras que las redes sociales principales fueron Facebook, TikTok e Instagram, respectivamente.

También se construyó un prototipo que, con base en los anteriores análisis de este corpus semántico, reafirma la rigurosidad del análisis como el papel de las emociones en las interacciones de los adolescentes. El análisis prototípico, como muestra la tabla 4, permitió sistematizar la frecuencia con la que los adolescentes elegían las respuestas en el cuestionario mixto, así como la relevancia que adquiere, de acuerdo con el orden atribuido por los actores. Con la información se generó un sistema jerárquico de elementos y de sus relaciones que distingue los elementos que integran el núcleo/sistema central de aquellos que forman parte de la periferia. Estos últimos median entre el núcleo central y la acción.

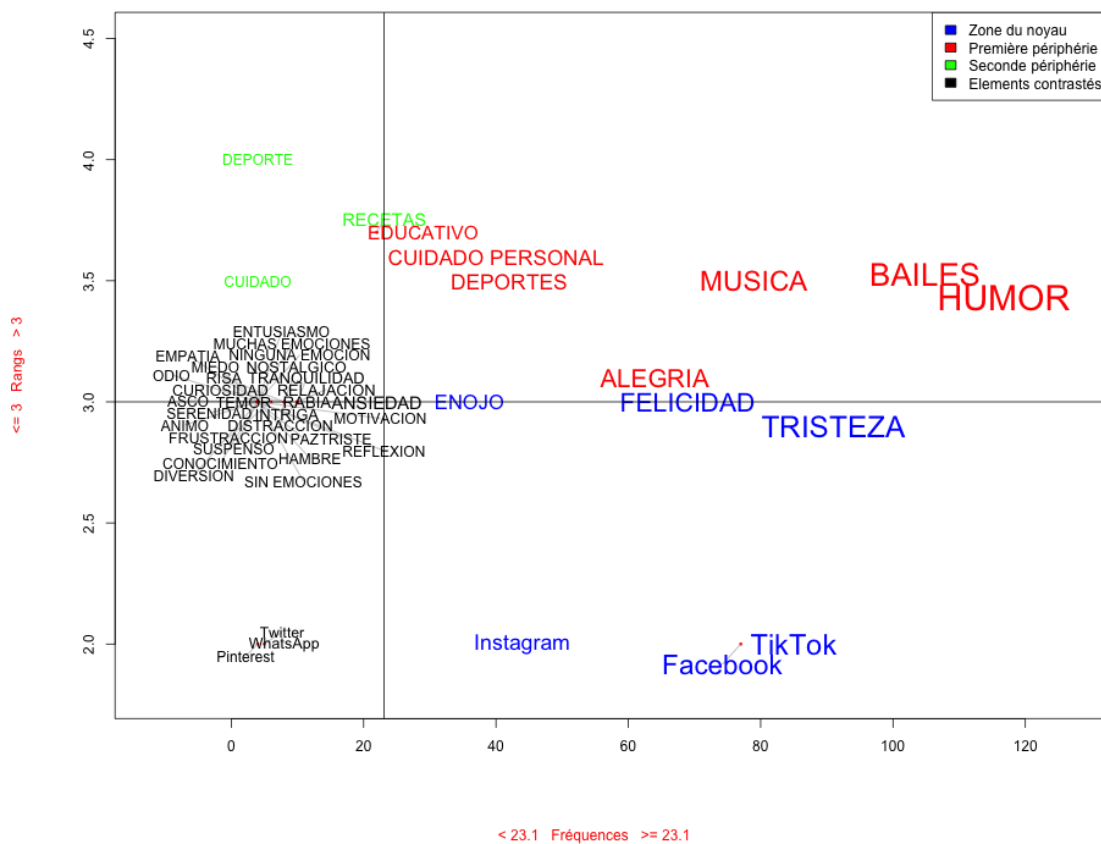
Tabla 5. Análisis Prototípico y Categorical de aproximación al núcleo central

		IMPORTANCIA	
		≤ 3.0	>3.0
FRECUENCIA	\geq 37.9	Tristeza 91 – 2.9 TikTok 85 – 2.0 Facebook 77 – 2.0 Felicidad 69 – 3	Ansiedad 122 – 4 Bailes 102 – 3.5 Música 79 – 3.5 Alegría 64 – 3.1
	$<$ 37.9	Educativo 36 – 3 Recetas 22 – 3.7	Enojo 36 – 3.0 Pasatiempo 22 – 3.0 Rabia 12 – 3 Intriga 10 – 3.0

Fuente: Elaboración propia con IRaMuTeQ

El gráfico siguiente aísla la frecuencia, los contenidos y las emociones que circulan específicamente en Facebook, como objeto de interés principal del análisis. Como puede observarse, la tristeza y la ansiedad son las emociones más frecuentes. Esto contrasta con el porcentaje de consumo de contenidos relacionados con bailes y música y, su vez, refleja el carácter volátil y relativo de la circulación de las emociones en Facebook. En otras palabras, la circulación de las emociones de los adolescentes depende de las circunstancias personales y de los contenidos que impactan en su situación particular.

Figura 4. Grafo de representación del núcleo y periferias



Fuente: Elaboración propia con IRaMuTeQ

La Figura 4 permitió ubicar de manera más detallada, organizada y estructurada el núcleo central de una posible aproximación al significado de las emociones y su correlación específica con las redes sociodigitales, el contenido que comparten y los contenidos que consumen.

Los términos tristeza, felicidad, Facebook e Instagram componen el núcleo del análisis, mientras que palabras como ansiedad, música, baile y alegría se dispersan hacia la periferia del gráfico, dimensiones que alimentaron y fortalecieron el núcleo. Los términos más, educativo, recetas, enojo, pasatiempo, rabia e intriga fungieron como contrapeso de la fuerza del núcleo central. Es interesante anotar que hay una diferencia considerable en la frecuencia del término tristeza en relación con el de felicidad. No es posible afirmar qué contenidos específicos generaron tristeza en los adolescentes, sin embargo, se podría inferir con respecto a lo que produce felicidad que está muy relacionado con el consumo de contenidos musicales y dancísticos. Preocupa que el contenido educativo se aleje del margen elevado de frecuencia, puesto que podría hacerse un mejor aprovechamiento de las redes sociodigitales para el fortalecimiento de las destrezas educativas de los adolescentes.

4.2 Segundo momento

Esta segunda fase tuvo como objetivo la sistematización de la información obtenida con las entrevistas (n=6), el sistema de categorías de los relatos testimoniales, la etnografía de las interacciones virtuales y los cuestionarios.

4.2.1 Entrevistas

Primer momento: llegada

Las entrevistas inician con una pregunta rompe hielo para generar un ambiente agradable entre el entrevistador y el eventual entrevistado o entrevistada, esto con el fin de generar confianza y comodidad por ambas partes.

Segundo momento: presentación de la investigación

En esta etapa, se le explica al adolescente la finalidad de la entrevista y el propósito de la investigación para que la persona tenga un conocimiento informado sobre lo que acordará como la posibilidad de grabar la sesión y su derecho de retirarse cuando lo desee. Además, se les explica

que no hay respuestas correctas e incorrectas y que la información brindada será confidencial y su uso es netamente académicos.

Es importante mencionar que, cada una de las entrevistas tuvieron una duración de aproximadamente 50 minutos y cada uno de los estudiantes que participaron contaban con permiso firmado por sus padres, además que, como criterio de selección estos en el primer momento (cuestionarios) mencionan a la red Social Facebook como una de sus favoritas o con la que interactuaban el mayor tiempo.

Tercer momento: primer bloque de preguntas

Para ti, ¿Qué son de las redes sociales/sociodigitales?

¿Cuántas redes sociodigitales tienes?

¿Cuál usas más?

¿Cuántos seguidores tienes?

¿Con que frecuencia usas las redes sociodigitales?

¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales?

¿Qué contenido subes?

¿Cuáles son las normas que manejas para subir ese contenido en las redes?

¿Cuáles son las experiencias que has tenido en las redes sociales? Menciona algo que te haya gustado a partir de la misma.

¿Has tenido experiencias negativas por el contenido que manejas?

Cuarto momento: segundo bloque de preguntas

¿Has tenido alguna experiencia desfavorable en la red social que más usas?

¿Qué sucedió?

¿Podrías describir la emoción que sentiste en ese momento?

¿Qué pensaste en esa situación?

¿Cómo te sentiste corporalmente?

¿Qué hiciste ante esa situación?

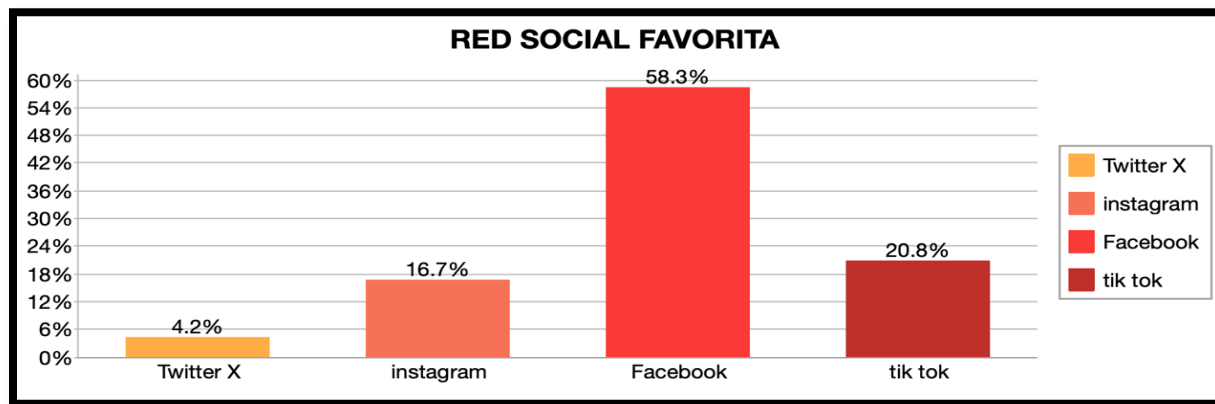
¿Qué otras sensaciones o emociones sentiste en ese momento?

¿Podríamos decir que eso solo te ocurre cuando te encuentras con contenidos incómodos?

Las sistematizaciones de las preguntas anteriores permitieron la construcción de las gráficas que se muestran a continuación:

La Figura 5 muestra los primeros resultados en un nivel interpretativo-comprensivo sobre los diseños de alcance, vínculos y divisiones de la fragmentación de la narrativa alrededor de las emociones como categorías de análisis.

Figura 5. Grado de saturación en las entrevistas por niveles, categorías y subcategorías

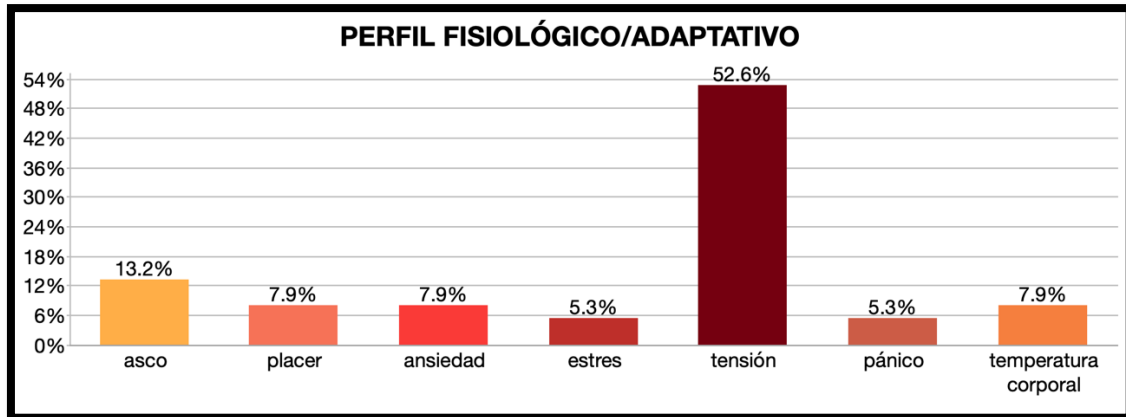


Fuente: elaboración propia con MaxQDA

Con un 58,3%, el gráfico muestra a Facebook como la red social más favorita de los adolescentes le sigue TikTok como la segunda red sociodigital más usada. En contraste con los estudios realizados en otros países que demuestran que Facebook ha perdido público adolescente siendo superado por TikTok, el caso de Barranquilla muestra que la red sigue siendo muy usada entre los adolescentes. La plataforma sigue siendo atractiva para la interacción, la construcción de nuevos vínculos sociales y la tribuna preferida para la expresión y circulación de opiniones y emociones. Las otras redes sociales son usadas para otras actividades relacionadas con la publicación de videos cortos (TikTok), fotografías (Instagram) y opiniones amplias sobre temas

diversos (Twitter, X), mientras que Facebook se constituye en una red con múltiples opciones para los adolescentes.

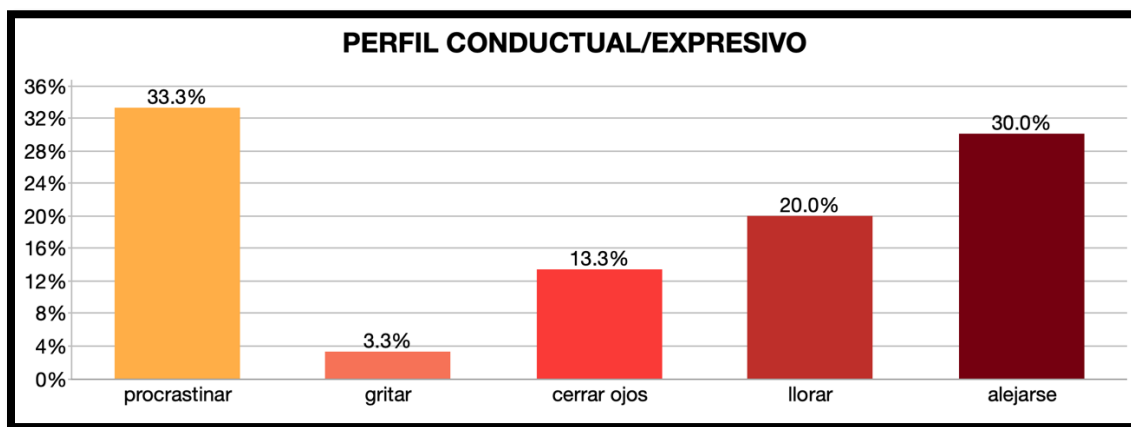
Figura 6. Perfiles fisiológico/adaptativos



Fuente: elaboración propia con MaxQDA

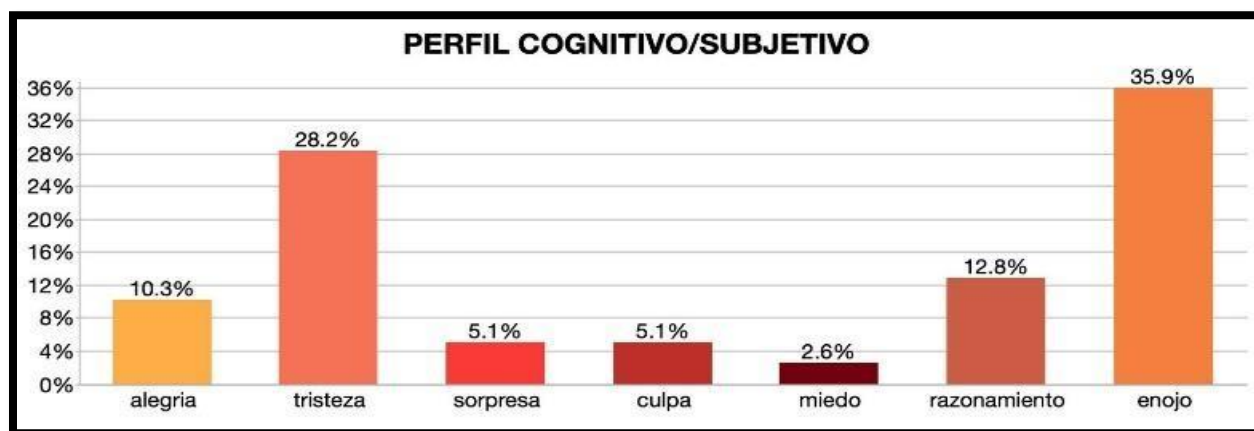
La Figura 6 muestra la tensión como la respuesta fisiológica más frecuente a la hora de interactuar con ciertos contenidos en Facebook. En las entrevistas los adolescentes señalaron que contenidos sensibles relacionados con maltrato animal, situaciones con contenidos asquientos, abusos y violencia les producen reacciones emocionales con más frecuencia.

Figura 7. Perfil conductual/expresivo



Fuente: elaboración propia con MaxQDA

Por otro lado, como muestra la Figura 7, la procrastinación (33%)⁴ sobresale como una de las actividades que más inducen a los adolescentes a usar Facebook. En segundo lugar, mantenerse distanciado de la familia es la segunda razón por la cual los adolescentes se acercan más a la red
Figura 8. Perfil cognitivo/subjetivo
Facebook.

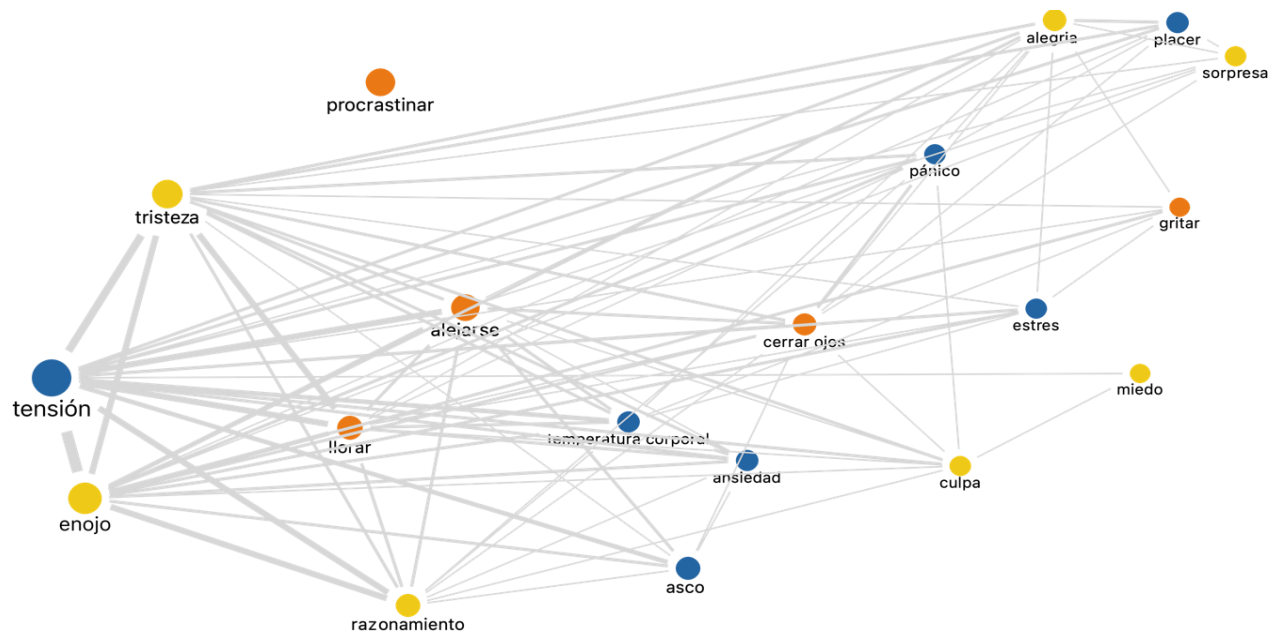


Fuente: Elaboración propia con MaxQDA

Con respecto a las emociones más frecuentes, los adolescentes manifestaron sentir enojo (35.9%) y tristeza (28%) como respuesta a contenidos sensibles que consideraron injustos y crueles (Figura 8). En menor medida sobresalen emociones como la alegría con un 10%, la sorpresa y la culpa con 5.1%, el miedo con 2.6% y el razonamiento con 12,8%. Contrastando los resultados arrojados en los cuestionarios y la información obtenida en este perfil fisiológico, podríamos decir que los adolescentes consideran a Facebook como un medio para adquirir información relevante sobre su país, sobre contenidos educativos y culturales

⁴ La procrastinación se menciona como una subcategoría neutra, es decir, ni negativa ni positiva.

Figura 9. Grado de intersección de categorías y subcategorías en las entrevistas por segmentos codificados en un mapa de código

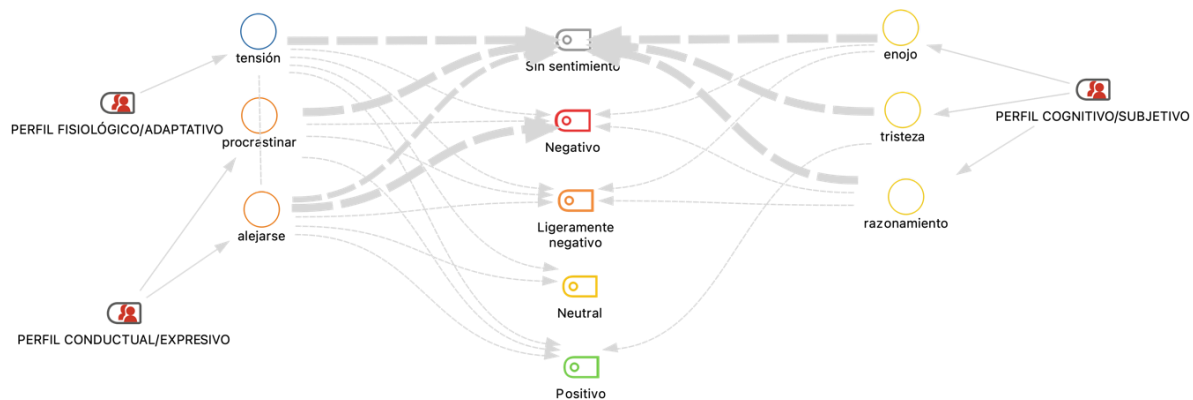


Fuente: Elaboración propia con MaxQDA

Con el grafo de la Figura 9 se generó un diseño de vinculación entre categorías, a partir de su relación concurrente. Esto fue posible gracias a la clusterización de los nodos. El color de los nodos señala su pertenencia a una categoría mayor, el grosor de las aristas es el grado de relación entre los nodos, es decir, entre las emociones y su distribución. De modo que se puede sostener que el clúster central de este modelo se concentra en las emociones tales como la tensión, tristeza y el enojo.

Si comparamos los resultados de esta segunda fase con los datos arrojados por la primera fase, notamos que el sentimiento de tristeza es un elemento común preeminente. La ansiedad puede manifestarse a través de síntomas como la tensión física y emocional, siendo esta la categoría principal manifiesta por los adolescentes en esta etapa.

Figura 10. Grafo de concurrencia de indicadores en las entrevistas



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 10 es un esquema de caso completo, es decir, propone la relación jerárquica entre categorías principales y sus indicadores. Como se puede observar, desde los perfiles teóricos se vinculan las principales categorías que abonaron desde la evidencia encontrada. En este caso, el perfil cognitivo/subjetivo se saturó principalmente con las categorías enojo, tristeza y razonamiento.

Con la intención de estimar la valoración, la Figura 10 también muestra los resultados de un análisis de sentimientos, el cual pondera las palabras contenidas en los relatos codificados para cada una de las emociones de cada categoría y con base en dicha ponderación se calculó el tipo de sentimientos relacionado con cada emoción (positiva o negativa). En este caso, las primeras emociones reflejaron la neutralidad del sentimiento, esto puede interpretarse como una tendencia a la normalización de dichas emociones. Por otro lado, el perfil fisiológico/adaptativo solo se saturó por la categoría tensión. El perfil conductual/expresivo se identificó por las categorías “procrastinar” y “alejarse” y en este caso la primera categoría mantuvo la tendencia de neutralidad y la segunda se ubicó con mayor fuerza como un sentimiento negativo.

Finalmente, la Figura 11 (nube de palabras) muestra que el uso de Facebook para entretenimiento es la razón por la cual los adolescentes se acercan más a la red, le siguen el aprovechamiento para actividades de ocio, la posibilidad de interactuar con otros adolescentes y de expresar sus emociones y opiniones personales. Siendo una de las actividades más comunes el consumo de videos, reels y la compartición de memes y fotos. En un segundo lugar estaría la de

DISCUSIONES GENERALES

El objetivo de esta investigación fue analizar la circulación de las emociones en Facebook de adolescentes del plantel educativa Liceo Mayor de Soledad Rafael U. Lafourie Rivera de la ciudad de Barranquilla, Colombia. En ese sentido, el estudio pretende hacer una contribución a la literatura sobre emociones y redes sociales. Uno de los principales hallazgos de este estudio es que, a pesar de lo que muestran las encuestas, en el caso colombiano, Facebook sigue siendo para los adolescentes la red social más usada y uno de los escenarios más importantes para la circulación de las emociones.

Un segundo hallazgo de esta investigación tiene que ver con el potencial de la red para producir en los adolescentes diversas reacciones emocionales. Esto se debe a la diversidad de contenidos que circula en Facebook y a los cuales están expuestos la mayoría de los adolescentes. Como resultado, esta diversidad genera emociones diversas, muchas veces como respuestas fisiológicas, tensión, estrés o ansiedad. Estas emociones se agudizan cuando las publicaciones son sobre sucesos, hechos o cuestiones anormales y poco cotidianas. Otras veces, la diversidad de contenido activa la curiosidad y las respuestas emocionales son más de índole cognitivo-subjetivo.

Si comparamos los resultados de este segundo momento con los datos arrojados por la primera fase, notamos que la tristeza, la ansiedad y la felicidad fueron las emociones más sobresalientes entre los adolescentes. Estas emociones responden a contenidos que pueden producir algún tipo de motivación personal sobre un determinado asunto u objeto o como respuesta a una disposición o empatía frente a situaciones que pueden afectar a los otros. Facebook promueve contenidos que diversifican las reacciones, es decir, que estimulan al usuario a interactuar. Por ejemplo, los adolescentes tienden a asociar esta red con entretenimiento, la cual se relaciona con la felicidad.

En ese sentido, los datos muestran que la sensibilidad de los adolescentes varía de acuerdo con la naturaleza de los contenidos compartidos en la red. Manifiestan ser tocados emocionalmente por los contenidos y situaciones que afectan a los otros, como bien ha sido señalado en el Capítulo 2 de este estudio. Algunos contenidos que los adolescentes asocian con las emociones son videos y contenidos perturbadores (maltrato animal, obscenos, asco, entre otros). Siendo la tristeza la emoción más común. Otro tipo de contenidos relevantes para los adolescentes están asociados a

su propio entorno cultural, de los cuales los musicales y dancísticos destacan entre sus búsquedas y consumo por la gratificación que producen.

Como la arquitectura algorítmica de la red está diseñada para mantenernos conectados, Facebook utiliza su algoritmo para devolvernos contenidos similares, de ahí que en nuestro tablón de noticias aparezcan contenidos asociados con nuestros intereses particulares de consumo. El objetivo de Facebook es maximizar las interacciones entre sus usuarios.

En el caso de las interacciones de los adolescentes, es probable que las huellas digitales que dejan en la plataforma cuando consumen contenidos que despiertan alguna emoción, ya sea positiva o negativa, sea usada por el sistema de recomendación de Facebook para atiborrar sus muros de contenidos similares, impactando aún más en sus sistemas emocionales. Puesto que la red, es un universo de contenidos presentados en diversos formatos (videos, imágenes, audios) sobre eventos o hechos de la vida cotidiana y a los cuales puede accederse fácilmente a través de un teléfono móvil. La manera en la que se manifiesta las emociones en los adolescentes puede ser explorada a través de sus comentarios y la tecnogramática insertada en los botones de la arquitectura de la plataforma (como los emoticones que pone a disposición Facebook para incentivar la interacción y conocer aún más a sus propios usuarios). Gran parte de la evidencia presentada en este trabajo ha seguido esta lógica, rastreando por una parte las reacciones de los adolescentes frente a diferentes situaciones que se les muestran en algún formato y, por la otra, a través de cuestionarios profundizamos este proceso identificar las emociones que se manifiestan con mayor frecuencia cuando los adolescentes navegan por la red.

Es importante señalar que, para muchos adolescentes, esta plataforma es un escenario en la que las emociones tienden a fluir de manera instantánea. Como espacio de interacción, Facebook es una red abierta, muchas veces los adolescentes quedan expuestos a las agresiones de los demás, como nos lo manifestó una de las entrevistadas. En ese sentido, es importante que los adolescentes reciban una educación más acorde con las ventajas y desventajas de las redes sociodigitales como espacio de interacción. En la adolescencia, las emociones juegan un papel fundamental, muchas veces la ansiedad, la tristeza, entre otras emociones negativas se convierten en impulsos para la compartición de contenidos que los pone en situación de vulnerabilidad sociales.

Para este caso específico, sería importante analizar más a fondo cuales son las causas que puedan estar generando ansiedad, puesto que es una de las emociones predominante entre los

adolescentes encuestados. La mayoría manifiesta que interactuar con amigos, familiares y con contenidos de interés personal es un paliativo que muchas veces encuentran positivo para disminuir sus niveles de ansiedad.

CONCLUSIONES

Una vez expuestos los hallazgos obtenidos en esta investigación es posible establecer las siguientes conclusiones:

En primer lugar, a partir del análisis, lectura y recolección de bibliografía científica, es posible afirmar que existe el contagio emocional a partir del uso de redes sociales, y el propio estudio realizado por Facebook en el 2012 demostró que las emociones que se comparten por la diversidad de usuarios pueden ser contagiosas.

Los estudios revisados, afirman que las emociones negativas parecen ser más contagiables que las positivas. Estudios posteriores muestran que la intensidad —es decir, la carga energética— de lo que se comunica también incide en el proceso: a más energía, más contagio (Beuchat & Olea, 2021).

Por otro lado, debido a los cambios en el desarrollo adolescente y los procesos multidimensionales que estos experimentan, suelen ser más susceptibles al contagio emocional, además de esto, en su mayoría los adolescentes invierten muchas horas a estar conectados en internet, por lo que pasan a ser hiperconsumidores de diversos contenidos digitales, lo que en muchas ocasiones genera trastornos y ansiedad.

Para el caso colombiano, el estudio consultado de la Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz, 2024, arrojó que los adolescentes que reportaron usar el internet para actividades relacionadas con su vida personal, tales como información sobre salud física o recursos emocionales, usan un 37% de su tiempo en línea en ellas. En términos de sexo, las niñas usan más el tiempo que los niños en actividades de internet relacionadas con su vida personal (Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz, 2024).

Las redes sociodigitales tienen el potencial no solo de facilitar, sino también de expandir, el entorno inmediato de interacción de los adolescentes, lo cual los lleva al encuentro de contenidos que podrían ampliar sus intereses personales. Si bien podría ser beneficioso para su crecimiento personal, otras veces resulta peligroso debido a la diversidad de contenidos y a la alta exposición con lo desconocido. Por tal motivo, es importante equilibrar el uso de las plataformas digitales con otras actividades y centrarse en las relaciones personales significativas.

Al respecto la alfabetización digital y el compromiso de las instituciones, escuela, familia, Estado, jugaron un papel importante para que los adolescentes usen adecuadamente las redes mientras mantienen su salud mental y su bienestar. Esto es importante ya que las entrevistas arrojaron que los adolescentes manifestaron que ciertas situaciones les produjeron emociones negativas. Contenidos asociados a injusticia social, maltrato animal o problemas individuales y cotidianos de otras personas generan susceptibilidades y pueden ser perturbadores para los adolescentes.

Por otro lado, ante la ausencia de referentes familiares o institucionales para establecer diálogos sobre sus ámbitos personales, recurren a la red social como un espacio para expresar opiniones, sentimientos, y deseos en la búsqueda de respuestas o de comprensión. En ese sentido, buscan validación por parte de otras personas y en otros escenarios para sentirse acogidos.

En segundo lugar, Facebook es un medio en el cual circulan diversas emociones. Como herramienta tecnológica está diseñada para estimular e influir en la psicología humana. Esta estimulación ocurre a través de diversos mecanismos que habilita la plataforma para la interacción social, como sus emoticones, tabloide de noticias, chats, entre otras. Su algoritmo es capaz de identificar intereses, motivaciones, hábitos de consumo y características culturales para devolverle a cada usuario contenidos similares.

Para el caso específico de esta investigación, en el cual se hizo énfasis en los contenidos compartidos en los estados de Facebook por parte de adolescentes, se concluye que la sugestiva pregunta ¿Qué estás pensando? que aparece en la entrada del muro de un usuario trae consigo la necesidad de una respuesta o reacción por parte de los otros usuarios que hacen parte de la comunidad o la lista de contactos. Generalmente, los adolescentes publican ahí sus estados emocionales con el objetivo de leer comentarios, ver reacciones o saber que piensan sus pares sobre su publicación. En ese sentido, hay una necesidad de validación, de reconocimiento o de aceptación, que en algunos casos termina en sentimientos de frustración cuando no se obtienen la cantidad de *likes* esperados.

Para el caso de los estudiantes de Barranquilla, los cuestionarios y entrevistas revelaron que los adolescentes suelen usar los estados de Facebook para expresar emociones de felicidad o frustración y en ocasiones para enviar mensajes indirectos a otras personas que hacen parte de sus círculos sociales, esperando siempre una respuesta que se refleja en un número de likes.

En ese orden de ideas, es posible identificar que mediante el uso de esta red social muchos adolescentes están en la búsqueda de autorrealización, de autoestima, de pertenencia a comunidades de reconocimiento a través de los contenidos que comparten y de las opiniones que manifiestan. Un comportamiento muy común es colgar fotografías propias, usando filtros y otras opciones para resaltar aspectos físicos. Para los y las adolescentes, el recibir muchos *likes* supone una alta dosis de autoestima. Muy por el contrario, la consideración de impopularidad o de que algo no encaja en los patrones estéticos que exige la sociedad genera frustración.

En tercer lugar, esta plataforma se constituye en un espacio en el cual hace catarsis y expresar sus sentimientos íntimos o profundos que los adolescentes les cuestan expresar a sus padres. Esto tiene que ver con la posibilidad que ofrece la virtualidad de mantenerse en el anonimato, ya sea mediante la creación de perfiles falsos o la opción de excluir miembros de la familia de su grupo de amigos.

Los estudios previos encuentran en estas posibilidades un factor de riesgo, ya que no hay control de la amenaza que puede representar una persona que simule amistad y se muestre comprensivo ante las situaciones por las que atraviesan muchos adolescentes. Un peligro en ciernes es el encuentro con adultos que pueden aprovecharse de los problemas emocionales e inseguridades que expresan abiertamente los adolescentes en la red. En ese sentido, los expertos recomiendan a padres y escuelas realizar controles y seguimientos de las redes sociodigitales que los adolescentes utilizan como mecanismos de minimización de riesgos. En el caso de los estudiantes entrevistados en la ciudad de Barranquilla, uno de los adolescentes manifestó que en Facebook uno de sus “amigos” le sugirió ver contenidos pornográficos.

Por último, el análisis lexicográfico que arrojó el IRaMuTeQ muestra que los contenidos más relevantes para los adolescentes están asociados a su propio entorno cultural como la música y la danza. Esto puede considerarse un aspecto positivo o saludable que favorece el desarrollo educativo e integral en esa etapa de transición y cambios que representa la adolescencia. Por otro lado, también refleja la capacidad de resiliencia de los adolescentes colombianos, quienes en medio de un contexto de múltiples violencias y desigualdades sociales que afectan al país, se inclinan por valorizar aspectos de su tradición, de su cultura y del deporte, elementos que han resaltado históricamente y de forma positiva la historia de Colombia. De modo que, en su mayoría, los contenidos que buscan, que comparten y con los cuales interactúan, no representan un riesgo o una

amenaza para su integridad psicológica y física, por el contrario, aportan a la consolidación de sentimientos patrios y de valorización cultural.

De la misma manera estas herramientas han permitido observar la variabilidad con la que circulan las emociones dentro de esta red social. En ese sentido, aparecen como un fenómeno cambiante e intermitente que actúan como estímulos externos que producen respuestas a nivel fisiológico, psicológico o cognitivo.

Consideramos que la investigación constituye un aporte a la construcción de conocimiento desde el enfoque socio-cognitivo ya que tuvo en cuenta las condiciones culturales, la importancia del lugar para entender el contexto en el cual se desarrolla la construcción conjunta de significados. De igual forma, se pudo constatar a través del análisis lexicográfico que los adolescentes construyen sus identidades al interior de su entorno cultural, cuestión fundamental desde la perspectiva socio-cognitiva que considera este escenario como fundamental para la transformación de habilidades mentales y la apropiación de conocimientos específicos.

Por su parte, a pesar de que en este trabajo no se evidenció algún indicio de adicción a las redes sociales, se considera relevante la utilización del Modelo de Adicción Biopsicosocial de Griffiths, un marco teórico que explica la adicción desde una perspectiva multidimensional, integrando factores biológicos, psicológicos y sociales. Este modelo fue propuesto por el psicólogo británico Mark Griffiths y se utiliza para entender cómo y por qué las personas desarrollan comportamientos adictivos, este modelo de análisis psicosocial puede contribuir a las futuras investigaciones referentes al impacto de las redes sociales sobre la subjetividad humana.

Por supuesto, este estudio no está exento de limitaciones. Como tarea pendiente queda profundizar en las causas que producen ansiedad en la adolescencia, una de las emociones más frecuentes entre los encuestados, puesto que, centrarse en comprender a fondo esta cuestión desbordaba el objetivo principal, a saber, analizar la relación entre emociones y redes.

Futuras investigaciones podrían contemplar la posibilidad de ampliar el estudio comparando diferentes plataformas digitales, puesto que en este caso únicamente se prestó atención a las interacciones de los adolescentes en Facebook. Actualmente, los adolescentes han migrado a otros sitios de redes sociales más novedosos y congruentes con sus deseos condiciones

personales. Comparar las dinámicas emocionales de este grupo en otros espacios digitales abriría un nuevo camino al campo, en ciernes en nuestra región.

Otras investigaciones podrían aportar a este tema, incluso, desde otras aproximaciones teóricas, ahondando sobre el efecto de las redes sociodigitales sobre las emociones y la dimensión psicológica del ser humano. En ese sentido, este trabajo constituye apenas un aporte a la psicología social interesada en comprender el impacto de las redes sociodigitales en el comportamiento humano.

Finalmente, la investigación no contó con el tiempo suficiente para abordar de forma completa el enfoque cualitativo y cuantitativo, sin embargo, se apoya en técnicas básicas de ambas aproximaciones para abordar el objeto de estudio. Se reconoce además que, lo cualitativo va más allá del análisis obtenido a través de los softwares utilizados, ya que faltó darles mayor protagonismo a los adolescentes que participaron en las entrevistas y cuestionarios

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abric, J.-C. (1994). *Prácticas sociales y representaciones*. Coyoacán.
- Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. Programa Universitario de Estudios de Género-UNAM.
- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo-Esparcia, A. (2013). Social Networks and Young People. Comparative Study of Facebook between Colombia and Spain. *Comunicar*, 20(40), 127-134. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Arano Uría, F. (2021). ¿Redes sociales vs. medios tradicionales?: Disputas y convergencias en la era de la conectividad. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/7046>
- Arcila, C., López, M., & Peña, J. (2017). El efecto condicional indirecto de la expectativa de rendimiento en el uso de Facebook, Google+, Instagram y Twitter por jóvenes. *Revista Latina De Comunicación Social*(72), 590–607. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1181>
- Arén Vidal, E. (2021). Las consecuencias de un mal uso de las redes sociales en los adolescentes. *Adolescere*, IX(2), 46-53. <https://doi.org/https://www.adolescere.es/las-consecuencias-de-un-mal-uso-de-las-redes-sociales-en-los-adolescentes/>
- Arfuch, L. (2016). EL "giro afectivo". Emociones, subjetividad y política. *DeSignis: Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica*, 245-254.
- Aronica, S. (2019). La Etnografía Digital. Descripción de un caso de aplicación para el análisis de interacciones virtuales. *STS, Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad*. Salta: Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa. Fonte: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/89309>
- Balaguer, R. (2005). *Vidasconnect@das, la pantalla, lugar de encuentro, juego y educación en el siglo XXI*. Frontera.
- Belli, S., & De Eugenio, G. (2014). Prácticas emocionales y procesos subjetivadores en la sociedad digital: caso de los suicidios online. *Quaderns de psicologia. International journal of psychology*, 16(2), 57-72. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.11811>

- Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. *Papers*, 62, 145-176. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v62n0.1070>
- Bericat, E. (2012). Emociones. *Sociopedia.*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/205684601261>
- Beuchat, S., & Olea, F. (27 de julio de 2021). Contagio emocional. La otra enfermedad de la pandemia. *El Mercurio - Revista Ya*. Fonte: https://www.litoralpress.cl/sitio/Prensa_Texto.cshtml?LPKey=VACXIYK5MDSYMKGZ5XYHOHNA2E6JPDAL3QRUXFBKV7CYQIMD2HKQ
- Bolívar Ramírez, M., & Avendaño Prieto, B. (2022). Regulación emocional en adolescentes: importancia e influencia del contexto. *Apuntes de Bioética*, 5(2), 131-145. <https://doi.org/10.35383/apuntes.v5i2.796>
- Boyd, D. (2004). Public Displays of Connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82. <https://doi.org/10.1023/B:BTTJ.0000047585.06264.cc>
- Bravo Paniagua, T., & Valenzuela González, S. (19 de 5 de 2019). *Cuadernillo técnico de evaluación educativa 5. Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*. Fonte: Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación INEE: <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Burgos, M., & Rebeca, D. (2012). La interacción comunicativa en los espacios virtuales: Facebook, una realidad falsificada. *Ensayos contemporáneos*, 46, 1-87. https://doi.org/https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8571&id_libro=399
- Camarena, M. E. (2008). El estudio de la vida cotidiana como expresión de la cultura . *Revista del Centro de Investigación.*, 95-107.
- Camargo, B. V., & Justo, A. (2013). IRAMUTEQ: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518. <https://doi.org/10.9788/TP2013.2-16>
- Cantor, M., Pérez-Suarez, E., & Carrillo-Sierra, S. (2018). Redes sociales e identidad social. *AiBi Revista De Investigación, Administración E Ingeniería*, 6(1), 70-77. <https://doi.org/10.15649/2346030X.477>

- Carlón, M. (2020). *Circulación del Sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. Nueva editorial universitaria.
- Caro, L. (2012). Identidad mosaica: La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*(91), 1-13. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3923260>
- Castillo, G. (1999). *El adolescente y sus retos. La aventura de hacerse mayor*. Pirámide.
- CECODAP. (21 de 9 de 2021). Ansiedad y depresión presentes en 1 de cada 3 adolescentes que utilizan Instagram o Facebook. *CECODAP*. Fonte: <https://cecodap.org/ansiedad-y-depresion-presentes-en-1-de-cada-3-adolescentes-que-utilizan-instagram-o-facebook/>
- Chóliz Montañez, M. (2005). *Psicología de la emoción: el proceso emocional*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Chóliz, M. (2005). *Psicología de la emoción: el proceso emocional*. Universidad de Valencia.
- CiOMPI, L. (2007). Sentimientos, afectos y lógica afectiva. Su lugar en nuestra comprensión del otro y del mundo. *Revista Asociación española de Neuropsicología*, 425-443.
- Common Sense Media. (10 de 9 de 2018). *Social Media, Social Life: Teens Reveal Their Experiences*. Fonte: Common Sense Media: <https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-teens-reveal-their-experiences-2018>
- Cruz, D. (2017). *Adolescentes y redes sociales en la era digital*. Tesis de licenciatura, Universitat de les Illes Balears. <https://doi.org/https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/3808>
- Cuadra, J., & Peralta, C. (2018). Redes sociales y satisfacción corporal en estudiantes universitarios de América Latina: una revisión sistemática. *Universitas Psychologica*, 17(5), 1-14.
- Dans Álvarez-de-Sotomayor, I., Muñoz Carril, P.-C., & González Sanmamed, M. (2021). Hábitos de uso de las redes sociales en la adolescencia: desafíos educativos. *Revista Fuentes*, 23(3), 280–295. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.15691>

- DeCarlo, M. (30 de 10 de 2022). *Unidad de análisis y unidad de observación*. Fonte: Libre Texts Español:
[https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_en_Trabajo_Social_\(DeCarlo\)/07%3A_Dise%C3%B1o_y_causalidad/7.03%3A_Unidad_de_an%C3%A1lisis_y_unidad_de_observaci%C3%B3n](https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_en_Trabajo_Social_(DeCarlo)/07%3A_Dise%C3%B1o_y_causalidad/7.03%3A_Unidad_de_an%C3%A1lisis_y_unidad_de_observaci%C3%B3n)
- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 9(1), 1-11.
<https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Delgado, L. (15 de 09 de 2016). Emociones negativas y positivas. *Milenio*. Fonte:
<https://www.milenio.com/opinion/luis-rey-delgado-garcia/para-reflexionar/emociones-negativas-y-positivas>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). *Nacimientos en niños y adolescentes en Colombia*. DANE.
- Diario Metro. (9 de febrero de 2018). Adictos a las redes sociales y el problema de relacionarse. *Metro*. Fonte: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/tecnologia/2018/02/09/adictos-las-redes-sociales-problema-relacionarse.html>
- Díaz, D., Aguilar, R., & Reyes, M. (2019). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal y el comportamiento alimentario de mujeres universitarias en Lima, Perú. *Revista de Investigación en Psicología*, 22(2), 77-94.
- Domingo, A. (2013). *Educación y redes sociales. La autoridad de educar en la era digital*. Encuentro, D.L.
- Dscout. (15 de 6 de 2016). *Mobile touches. Dscout's inaugural study on humans and their tech*. Fonte: Dscout:
https://pages.dscout.com/hubfs/downloads/dscout_mobile_touches_study_2016.pdf?_ga=2.180416224.67221035.1650551540-199217915.1650551540

- Durán, E., & Basabe de Quintale, M. (2013). Salud mental y expresión de las emociones en el Facebook. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 6(2), 88-111. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555576006>
- Ehmke, R. (4 de 6 de 2023). *Cómo afecta el uso de las redes sociales a los adolescentes*. Fonte: Child Mind Institute: <https://childmind.org/es/articulo/como-afecta-el-uso-de-las-redes-sociales-los-adolescentes/>
- El Economista. (29 de 12 de 2021). Facebook sabe que Instagram está dañando la mente de los adolescentes... y decide callar. *El Economista*. Fonte: <https://www.economista.com.mx/empresas/Facebook-sabe-que-Instagram-esta-danando-la-mente-de-los-adolescentes-y-decide-callar-20211229-0026.html>
- Elías, A., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Elsayed, W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7(2), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06327>
- Erikson, E. (1954). *Infancia y sociedad*. Buenos Aires: Horme ediciones.
- Errandosoro, F., & Elissondo, L. (20 de diciembre de 2009). *Nativos Digitales: Características que influirían en la aplicación de TIC en el proceso educativo - Situación en la FCE - UNICEN*. Fonte: Portal Educativo de las Americas: <https://recursos.educoas.org/publicaciones/nativos-digitales-caracter-sticas-que-influir-en-la-aplicaci-n-de-tic-en-el-proceso>
- Escobar, J. P. (26 de 3 de 2023). Colombia es el país de la Oede con menor cobertura de internet. *Infobae*. Fonte: [https://www.infobae.com/colombia/2023/03/27/colombia-es-el-pais-de-la-ocde-con-menor-cobertura-de-internet/#:~:text=As%C3%AD%20lo%20dio%20a%20conocer,de%20cerca%20Noruega%20\(99%25\)](https://www.infobae.com/colombia/2023/03/27/colombia-es-el-pais-de-la-ocde-con-menor-cobertura-de-internet/#:~:text=As%C3%AD%20lo%20dio%20a%20conocer,de%20cerca%20Noruega%20(99%25))

- Espinoza, P., Penafiel, C., & Orellana, L. (2019). Impacto de las redes sociales en la imagen corporal y su relación con trastornos alimentarios en jóvenes latinoamericanos: una revisión sistemática. *Revista chilena de nutrición*, 46(6), 686-693.
- Fernández, V. (2018). *Influencia de internet en la educación sexual de los adolescentes y el papel de enfermería*. Tesis de licenciatura, Universidad Complutense de Madrid. <https://doi.org/https://docta.ucm.es/entities/publication/6765cee7-1d31-478c-8031-076d4a95cf95>
- Fernández-Rovira, C. (2022). Motivaciones y tiempo de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: señales de adicción. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(2), 1-19. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11155>
- Fundación Murales Raccs. (5 de julio de 2020). *Manual de Procesos de Atención Psicosocial para Adolescentes y Jóvenes con Enfoque en ARTE*. Fuente: Fundación Murales Raccs: <https://eirenesuisse.ch/wp-content/uploads/2020/07/Manual-de-Atencion-Psicosocial-2020.pdf>
- Galindo Cáceres, J. (1998). La lucha de la luz y la sombra. Em J. Galindo Cáceres, *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (pp. 9-32). CONACULTA/Addison Wesley Longman.
- Gallego, J. M., López, D., & Sepúlveda, C. (2014). Estratificación socioeconómica y la información. Introducción al problema y perspectivas a futuro. Em C. E. Sepúlveda, D. López, & J. Gallego, *Los límites de la estratificación: en busca de* (pp. 1-22). Universidad del Rosario: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- García del Castillo, J. A. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Salud y drogas*, 13(1), 5-13. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83928046001>
- George, S. (1997). El espacio y la sociedad. Em S. George, *Sociología* (p. 647). Buenos Aires: Alianza.

- Gil, M. (2014). *La teoría de las emociones de Martha Nussbaum: el papel de las emociones en la vida pública*. Universidad de Valencia, Tesis doctoral .
<https://doi.org/https://core.ac.uk/download/pdf/71032359.pdf>
- Giuliani, F., Villar, F., Arias, C., & Serrat, R. (2015). Development and structural validation of a scale to assess regulation of anger and sadness in interpersonal situations. *Anuario de Psicología*, 45(1), 115-130.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/970/97041174008.pdf>
- Global Web Index. (12 de 11 de 2016). *GWI Social Summary: Global Web Index's quarterly report on the latest trends in social networking*. Online. Fuente: GWI:
<https://insight.gwi.com/hubfs/GWI-Social-Q3-2016-Summary.pdf>
- Gómez, K., & Marín, J. (2017). Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica en los últimos diez años. *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales*. Universidad Cooperativa de Colombia, Bucaramanga, Colombia.
- Gómez-Barrera, J. C. (2021). ¿Cómo estudiar Facebook? El contagio emocional y las formaciones discursivas. *Revista Hipertextos*, 9(15), 83-99. <https://doi.org/10.24215/23143924e029>
- González, E., & Martínez, N. (2017). Emociones y redes sociales en adolescentes. *Revista de estudios e investigación en psicología y educación*, 11-15.
- González, E., & Martínez, N. (2017). Emociones y redes sociales en adolescentes. *Revista de estudios e investigación en psicología y educación*, 13, 11-15.
<https://doi.org/10.17979/reipe.2017.0.13.2131>
- Gordo López, Á., Garcia Arnau, A., de Rivera, J., & Diaz-Catalán, C. (2018). *Jóvenes en la encrucijada digital. Itinerarios de socialización y desigualdad en los entornos digitales*. Ediciones Morata.
- Heller, A. (1987). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Colección socialismo y libertad.
- Hernández, M., & Carmona, M. (2019). Uso de redes sociales y satisfacción corporal en estudiantes universitarios de México. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 21(1), 77-91.

- Homayoun, A. (14 de 6 de 2017). La vida secreta de los adolescentes en las redes sociales. Fuente: <https://www.nytimes.com/es/2017/06/14/espanol/redes-adolescentes-precauciones.html>
- Hosni, A. (2011). The Impact of Social Networking Sites in the Development Youth Social Responsibility. *Responsibility Conference Society for Palestinian Universities*. Nablus.
- Huamani Calloapaza, K. (2022). Redes sociales virtuales y la salud mental en tiempos de COVID-19: una revisión de literatura. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 3(2), 773–783. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.146>
- Infosalus. (1 de 2 de 2016). *El poder de las redes sociales sobre las emociones*. Fuente: Infosalus: <https://www.infosalus.com/salud-investigacion/noticia-poder-emocional-redes-sociales-20160201071132.html>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (19 de junio de 2023). *Instituto Federal de Telecomunicaciones*. Fuente: Instituto Federal de Telecomunicaciones: <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/encuesta-nacional-sobre-disponibilidad-y-uso-de-tecnologias-de-la-informacion-en-los-hogares-endutih-0>
- Instituto Latinoamericano de Estudios de Posgrados . (1 de 2 de 2021). *Las redes sociales en los adolescentes*. <https://doi.org/https://www.ilep.mx/post/las-redes-sociales-en-los-adolescentes>
- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. (1 de 8 de 2008). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Fuente: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación: <https://www.uv.es/limprot/boletin9/inteco.pdf>
- James, W. (1985). ¿Qué es una emoción? *Estudios de Psicología*(21), 57.73. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=65926>
- Jasso Medrano, J. L., López Rosales, F., & Díaz Loving, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de investigación psicológica*, 7(3), 2833 - 2838. <https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.11.001>
- Kayser-Brill, N., Duportail, J., Schacht, K., & Richard, É. (15 de 05 de 2022). *Voxurop*. Fuente: europeandatajournalism.eu:

<https://www.europeandatajournalism.eu/esl/Noticias/Noticias-de-datos/Instagram-insta-a-sus-usuarios-a-ser-mas-exhibicionistas>

- Kramer, A. D., Guillory, J., & Hancock, J. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Psychological and Cognitive Sciences*, *111*(24), 8788-8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.132004011>
- Lara, A., & Dominguez, G. (2013). EL giro afectivo. *Athenea Digital*, *13*(3), 101-119. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v13n3.1060>
- Lara, A., & Dominguez, G. (2013). EL giro afectivo. *Athenea Digital*, *13*(3), 101-119.
- Lázaro, I., Mora, N., & Sorzano, C. (2012). *Menores y nuevas tecnologías. Posibilidades y riesgos de las TDT y las redes sociales*. Tecnos : Universidad Pontificia Comillas.
- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. New York University Press.
- López Estrada, R. E., & Deslauriers, J.-P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen*(61), 1-19. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3756178>
- Lorente, M. (2015). Las emociones de las redes sociales. Las emociones de las redes sociales. Las "reactions" de Facebook y el "corazón" de Twiter. *Personal computer & internet*(158), 76-79. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5291212>
- Lozano, A. (2014). Teoría de teorías sobre la adolescencia. *Última década*, 11-36.
- Maldonado, J. (1997). Sociología del espacio: el orden espacial de las relaciones sociales. *Política y Sociedad*, *27*, 21-36. <https://doi.org/https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO9797230021A>
- Maldonado, M., & Panadero, J. (12 de 12 de 2020). *Emociones programadas. Facebook y la manipulación emocional*. Fonte: Medium: <https://medium.com/thinktech/emociones-programadas-88c877d4d33c>

- Maldonado, M., & Panadero, J. (12 de diciembre de 2020). *Emociones programadas. Facebook y la manipulación emocional*. Fonte: Medium: <https://medium.com/thinktech/emociones-programadas-88c877d4d33c>
- Mallo Méndez, S. (2023). Impacto de las Redes Sociales en la Percepción de la Imagen Corporal en Adolescentes: Un Estudio Cualitativo. *Revista Boaciencia. Educación Y Ciencias Sociales*, 3(1), 118–133. <https://doi.org/10.59801/ecs.v3i1.118>
- MAXQDA. (17 de 7 de 2021). *Cómo analizar datos cualitativos con MAXQDA: Una guía*. Fonte: MAXQDA: <https://www.maxqda.com/blogpost/como-analizar-datos-cualitativos>
- Mena Roa, M. (28 de 7 de 2022). *¿Ha alcanzado Facebook su pico máximo de crecimiento?* Fonte: Statista: <https://es.statista.com/grafico/26787/numero-de-usuarios-activos-mensuales-y-diarios-de-facebook-en-todo-el-mundo/>
- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. Ediciones de la U.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones . (21 de 9 de 2021). *Colombia avanza en su meta de estar conectada en un 70 % en 2022: DANE*. Fonte: Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones : <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/182108:Colombia-avanza-en-su-metade-estar-conectada-en-un-70-en-2022-DAN>
- Neto, A. F. (2020). Circulación contemporánea: trayectos, escenarios, horizontes. Em M. Carlón, *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada* (pp. 11-24). Nueva Editorial Universitaria.
- Next_u. (7 de 9 de 2018). *Conoce más acerca de la historia de Facebook*. Fonte: Next_u: <https://www.nextu.com/blog/historia-de-facebook-rc22/#:~:text=La%20historia%20de%20Facebook%20comienza,de%20estudiantes%20sin%20su%20consentimiento.>
- OMS. (2021). *Directrices sobre las intervenciones de promoción y prevención en materia de salud mental destinadas a adolescentes: estrategias para ayudar a los adolescentes a prosperar*. Organización Mundial de la Salud. Fonte: Organización Mundial de la Salud.

- Pasquel, C., & Valerio, G. (2021). Contagio emocional en las redes sociales. El caso de COVID-19 en Facebook. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 14(1), 1-14.
- Pasquel, C., & Valerio, G. (2021). Contagio emocional en las redes sociales: el caso de COVID-19 en Facebook. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 14(1), 1-14.
<https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.29080>
- Peris, M., Maganto, C., & Kortabarría, L. (2018). Escala de sentimientos y emociones en las redes sociales e internet, SERSI. Fiabilidad y validez. *EJIHPE: European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(3), 143-155.
- Pineda, S., & Aiño, M. (1999). El concepto de adolescencia. *Manual de prácticas clínicas para la atención*, 15-23.
- Piñar, J. (2011). *Redes Sociales y Privacidad de Menor*. Editorial Reu.
- Ponce, I. (9 de 11 de 2012). *Redes sociales*. Fonte: Observatorio Tecnológico:
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Portillo, J. (2016). Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. *Logos: Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura*, 26(1), 51-63.
<https://doi.org/10.15443/RL2604>
- Prensky, M. (8 de 11 de 2001). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Fonte: Marc Prensky:
[https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Rabino, R. (2014). *Estudio de los valores en adolescentes (12-15 años) a partir del modelo de coetáneos: un análisis cualitativo*. Tesis doctoral, Universidad de Valencia.
[https://doi.org/https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/42054/TESIS%20DOCTORA L1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://doi.org/https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/42054/TESIS%20DOCTORA%20L1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramos, D. (2019). La Vida Cotidiana: una perspectiva para comprender el lugar de intersección entre el individuo y la sociedad. Em F. Cortazar, & E. Hernández, *Nuevas vertientes en teoría social. Problemas y propuestas de análisis* (pp. 49-62). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Requena, F. (1989). El concepto de red social. *REIS*, 89(48), 137-152.
- Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs. The next social revolution*. Perseus Publishing.
- Rodríguez, A., & Fernández, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología*, 17(1), 131–140. <https://doi.org/10.14718/ACP.2014.17.1.13>
- Roldán, M. (2015). *Antecedentes sobre el uso de Facebook en adolescentes*. Tesis de licenciatura, Universidad de la República.
- Romero, R. (2012). El uso de la imagen como fuente primaria en la investigación social. Experiencia metodológica de una etnografía visual en el caso de estudio: territorialidades de la vida cotidiana en la plancha del Zócalo de la ciudad de México. *Secuencia*(82), 175-194. <https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i82.1146>
- Rubio, Á. (2016). La expresión de las emociones en el ámbito digital: el caso de Facebook Reactions. *Fòrum de Recerca*(16), 225-240. <https://doi.org/10.6035/ForumRecerca.2016.21.13>
- Ruiz Méndez, M. d., & Aguirre Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XXI(41), 67-96. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5175390>
- Sánchez, J. (2010). La comunicación sin cuerpo. Identidad y virtualidad. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 52(209), 37-53. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2010.209.25962>
- Sandoval, E., Serra, E., & García, Ó. (2020). *Nuevas miradas en psicología del ciclo vital*. RIL® editores.
- Schwab, P.-N. (23 de 9 de 2022). *Estadísticas de Facebook en 2022: las adolescentes ya no usan Facebook*. Fonte: Intotheminds: <https://www.intotheminds.com/blog/es/estadisticas-facebook-2022/#:~:text=de%20los%20adolescentes,-,La%20proporci%C3%B3n%20de%20personas%20de%2013%2D17%20a%C3%B1os%20que%20usan,las%20%C3%BAltimas%20estad%C3%ADsticas%20de%20Facebook.>

- Schwab, P.-N. (31 de octubre de 2022). *Facebook es responsable de un 24% del descenso en la salud mental*. Fonte: Into the Minds: <https://www.intotheminds.com/blog/es/facebook-salud-mental/#:~:text=menudo%20se%20ignoran,-,Un%20estudio%20acaba%20de%20demostrar%20el%20impacto%20negativo%20de%20Facebook,aumento%20se%20debe%20a%20Facebook.>
- Semana, R. (17 de 4 de 2022). Estas son las plataformas y redes sociales más utilizadas por los colombianos. *Revista Semana*. Fonte: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/estas-son-las-plataformas-y-redes-sociales-mas-utilizadas-por-los-colombianos/202243/>
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Simon, L., & Daneback, K. (2023). Use of the Internet for Sex Education: A Thematic and Critical Review of the Literature. *International Journal of Sexual Health*, 25(4), 305-319. <https://doi.org/10.1080/19317611.2013.823899>
- TIGO. (13 de 8 de 2018). *Así usan las redes sociales los niños y jóvenes en Colombia*. Fonte: Contigo conectados: <https://contigoconectados.com/resultados/>
- UNICEF. (5 de 3 de 2020). *Redes sociales y adolescentes: lo que tenés que saber*. Fonte: UNICEF: <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>
- Universidad de los Andes, Tigo y Aulas en Paz. (5 de marzo de 2024). *Riesgos y Oportunidades del Uso de Internet para Niñas, Niños y Adolescentes en Colombia*. Fonte: [contigoconectados.com: https://www.contigoconectados.com/wp-content/uploads/2024/03/RIESGOS-Y-OPORTUNIDADES-DEL-USO-DE-INTERNET-PARA-NNA-EN-COLOMBIA-RESUMEN-DE-RESULTADOS-V-FINAL.pdf](https://www.contigoconectados.com/content/uploads/2024/03/RIESGOS-Y-OPORTUNIDADES-DEL-USO-DE-INTERNET-PARA-NNA-EN-COLOMBIA-RESUMEN-DE-RESULTADOS-V-FINAL.pdf)
- Urta Albornoz, C., Vidal Espinoza, R., Gómez, R., Riveros, J., Opazo, O., Rivera, M., . . . Méndez, J. (2021). Uso de redes sociales, ansiedad, depresión e indicadores de adiposidad corporal en adolescentes. *Salud(i)Ciencia*, 24, 338-344. <https://doi.org/10.21840/siic/158538>
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo veintiuno editores.
- Vigotsky, L. (2004). *Teoría de las emociones. Estudio histórico-psicológico*. Akal ediciones.

Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación: Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. Gedisa.

Young, K. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: a case that breaks the stereotype. *Psychol Rep*, 79(3), 899-902. <https://doi.org/10.2466/pr0.1996.79.3.899>

Zelazo, P. D. (2020). Executive Function and Psychopathology: A Neurodevelopmental Perspective. *Annu Rev Clin Psychol*, 7(16), 431-454. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-072319-024242>

ANEXOS

Proceso de elaboración de graficas:

Como se mencionó anteriormente, esta investigación desarrolla una metodología en dos etapas. En la primera, se propone un análisis del corpus utilizando el paquete estadístico IRaMuTeQ. En el segundo se utiliza el MaxQDA, el cual es útil para la construcción de modelos de interpretación. A continuación, se describen estas dos etapas.

Para la elaboración de las gráficas del primer momento fue necesario recopilar y sistematizar la información de los cuestionarios aplicados a los 95 estudiantes. La data fue sistematizada en Excel y exportada por partes a IRaMuTeQ. La matriz de respuesta (cuestionarios aplicados con opción múltiple) fue esencial para el tratamiento de las variables (emociones, adolescentes y redes sociales) y la operacionalización de las mismas de acuerdo con los ítems propuestos.

El análisis previo a la sistematización demanda un mayor esfuerzo, ya que la limpieza y preparación de los datos es fundamental para el tratamiento e interpretación, es decir, la extracción de las respuestas de opción múltiple que se diseñaron para la elección escalar de los propios estudiantes, su organización por casos y orden de elección de respuestas; todo ello en una matriz codificada para ser reconocida por el software. Una vez se construyen los conceptos empíricos, mediante una serie de códigos, se le solicita al programa estadístico el procesamiento y visualización de la información almacenada.

El tratamiento genera un tipo de análisis de contenido que hace posible el análisis lexicométrico y estadístico de las respuestas. El objetivo es buscar regularidades y correlaciones y presentar gráficamente la matriz textual (de respuestas). Tal y como aparecen en el capítulo de resultados, el análisis empírico se muestra en tablas de frecuencia múltiples que identifican las respuestas con mayor rango de aparición y el orden en que fueron conformando un patrón o tendencia; en análisis de similitud, a través del cual se representa gráficamente la asociación de los ítems por su orden de aparición, frecuencia y asociación verbal (significado asociado). En definitiva, se busca conservar la relación proporcional de la frecuencia, introduciendo las relaciones de frecuencia entre las respuestas en su matriz y organizándolas según su vínculo.

En la segunda etapa, se utilizó el software MaxQDA y se trabajó con la información obtenida de las seis entrevistas aplicadas a los estudiantes que continuaron en la investigación. Es importante

aclarar que la elección de estos estudiantes consta de criterios como, por ejemplo, que su red favorita fuese Facebook y que su edad correspondiera a las del rango establecido de los adolescentes, además de permisos firmados por sus padres.

Ahora bien, las entrevistas que contaban con una duración de aproximadamente 50 minutos fueron sistematizadas en Word y codificadas en los tres niveles establecidos por Chóliz: “cognitivo”, “fisiológico” y “conductual” que corresponden a la definición de emociones seguida en este estudio. Una vez identificados los niveles como categorías y subcategorías (ver la tabla de sistema categorial) la información es llevada al MaxQda para la elaboración de gráficas y nubes de palabras.

Cada gráfica representa una dimensión de las emociones, por ejemplo, la dimensión “cognitiva” refleja la manifestación de las emociones que los adolescentes experimentan con mayor frecuencia a la hora de interactuar en las redes sociales, para este caso Facebook.

A. Ejemplo de cuestionarios sobre redes sociales

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Esta encuesta es para conocer tu opinión sobre las redes sociales, por favor, contesta las siguientes preguntas.

Curso: 11-02
Sexo: FEMENINO
Edad: 16

¿Cuál es tu red social favorita?

- Facebook: (X)
- Instagram: ()
- Twitter: ()
- Tik Tok: (X)
- Otra: ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo pasas en tu red o redes sociales favoritas? ¿por qué?

POR LO GENERAL PASO ALREDEDOR DE 2 O 3 HORAS EN CUALQUIERA DE ESAS DOS APLICACIONES, TODO DEPENDE DE MI TIEMPO LIBRE.

Escribe brevemente, ¿Qué es lo más que te gusta de tu red social favorita?

EL CONTENIDO ENTERTENIDO, ME GUSTA MUCHOS VIDEOS O PUBLICACIONES GRACIOSAS PERO ME INTERESA MÁS LO QUE PUEDA APRENDER DE ESAS PLATAFORMAS.

¿Qué emociones te genera estar en las redes sociales?

ESTANDO EN LAS REDES SOCIALES ME SIENTO ALGUEZ DIVERTIDA, A VECES NOSTÁLGICA O TRISTE TODO DEPENDE DEL CONTENIDO Y DE MI ANIMO.

1. ¿Qué clase de contenido compartes en tu red social?

- Humor: (X)
- Cuidado personal: (X)
- Bailes y/o música: (X)
- Recetas: ()
- Deportes: ()
- Educativo: (X)

2. ¿Qué contenido es tu preferido en las redes sociales?

- Humor: (X)
- Cuidado personal: (X)
- Bailes y/o música: (X)
- Recetas: (X)
- Deportes: ()
- Educativo: (X)

3. Marca con una X, puedes elegir más de una opción. ¿Qué te motiva a usar las redes sociales?

- Para entretenerme y jugar (X)
- Para informarme o informar a otros (X)
- Para compartir mi opinión personal (X)
- Para buscar relaciones sociales ()
- Para recibir comentarios sobre mis fotos o vídeos ()
- Por moda o estatus social ()
- Para encontrar productos para comprar (X)
- Para presumir de mi estilo de vida ()
- Porque me gustaría convertirme en un referente/influente ()
- Porque creo que puedo conseguir dinero con su uso ()
- Por trabajo ()
- No uso la plataforma ()

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Esta encuesta es para conocer tu opinión sobre las redes sociales, por favor, contesta las siguientes preguntas.

Curso: 11-02

Sexo: Masculino

Edad: 16

¿Cuál es tu red social favorita?

- Facebook: (✓)
- Instagram: ()
- Twitter: ()
- Tik Tok: (✓)
- Otra: ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo pasas en tu red o redes sociales favoritas? ¿por qué?

Actualmente consumo muy poco las redes sociales, ya que no cuento con mucho tiempo para distraerme en estas aplicaciones.

Escribe brevemente, ¿Qué es lo más que te gusta de tu red social favorita?

De mis 2 redes sociales favoritas me gusta mucho lo informativo que pueden llegar a ser, con contenido como: Videos de ing en sistema, electricidad o biología.

¿Qué emociones te genera estar en las redes sociales?

A veces me parece desagradable lo que publican las personas y otras veces me causa curiosidad lo que se habla en algún post o video.

1. ¿Qué clase de contenido compartes en tu red social?

- Humor: (✓)
- Cuidado personal: (✓)
- Bailes y/o música: ()
- Recetas: (✓)
- Deportes: (✓)
- Educativo: (✓)

2. ¿Qué contenido es tu preferido en las redes sociales?

- Humor: (✓)
- Cuidado personal: (✓)
- Bailes y/o música: ()
- Recetas: (✓)
- Deportes: ()
- Educativo: (✓)

3. Marca con una X, puedes elegir más de una opción. ¿Qué te motiva a usar las redes sociales?

- Para entretenerme y jugar (X)
- Para informarme o informar a otros (X)
- Para compartir mi opinión personal ()
- Para buscar relaciones sociales ()
- Para recibir comentarios sobre mis fotos o videos ()
- Por moda o estatus social ()
- Para encontrar productos para comprar (X)
- Para presumir de mi estilo de vida ()
- Porque me gustaría convertirme en un referente/influente ()
- Porque creo que puedo conseguir dinero con su uso ()
- Por trabajo ()
- No uso la plataforma ()

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Esta encuesta es para conocer tu opinión sobre las redes sociales, por favor, contesta las siguientes preguntas.

Curso: 11-02.

Sexo: femenino.

Edad: 16.

¿Cuál es tu red social favorita?

- Facebook: ()
- Instagram: ()
- Twitter: ()
- Tik Tok: ()
- Otra: ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo pasas en tu red o redes sociales favoritas? ¿por qué?

La mayoría del tiempo o más cuando estoy aburrida, porque tal vez a veces me pongo a ver videos.

Escribe brevemente, ¿Qué es lo más que te gusta de tu red social favorita?

Que a veces presenta informaciones más recientes de mis familiares y que también a veces presenta un buen contenido (no siempre)

¿Qué emociones te genera estar en las redes sociales?

Me distrae.

1. ¿Qué clase de contenido compartes en tu red social?
 - Humor: ()
 - Cuidado personal: ()
 - Bailes y/o música: ()
 - Recetas: ()
 - Deportes: ()
 - Educativo: ()
2. ¿Qué contenido es tu preferido en las redes sociales?
 - Humor: ()
 - Cuidado personal: ()
 - Bailes y/o música: ()
 - Recetas: ()
 - Deportes: ()
 - Educativo: ()
3. Marca con una X, puedes elegir más de una opción. ¿Qué te motiva a usar las redes sociales?
 - Para entretenerme y jugar ()
 - Para informarme o informar a otros ()
 - Para compartir mi opinión personal ()
 - Para buscar relaciones sociales ()
 - Para recibir comentarios sobre mis fotos o videos ()
 - Por moda o estatus social ()
 - Para encontrar productos para comprar ()
 - Para presumir de mi estilo de vida ()
 - Porque me gustaría convertirme en un referente/influente ()
 - Porque creo que puedo conseguir dinero con su uso ()
 - Por trabajo ()
 - No uso la plataforma ()

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Esta encuesta es para conocer tu opinión sobre las redes sociales, por favor, contesta las siguientes preguntas.

Curso: 11-02

Sexo: masculino

Edad: 16

¿Cuál es tu red social favorita?

- Facebook: (X)
- Instagram: (X)
- Twitter: ()
- Tik Tok: ()
- Otra: ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo pasas en tu red o redes sociales favoritas? ¿por qué?

por lo general de 1 a 2 horas, debido a que me distraigo y pierdo la percepción del tiempo

Escribe brevemente, ¿Qué es lo más más te gusta de tu red social favorita?

Ver videos de todo tipo, de risa, informativos, educativos, etc.

¿Qué emociones te genera estar en las redes sociales?

felicidad, angustia, tristeza, rabia según lo que este viendo en ese preciso momento

1. ¿Qué clase de contenido compartes en tu red social?

- Humor: (X)
- Cuidado personal: ()
- Bailes y/o música: ()
- Recetas: ()
- Deportes: ()
- Educativo: ()

2. ¿Qué contenido es tu preferido en las redes sociales?

- Humor: (X)
- Cuidado personal: (X)
- Bailes y/o música: ()
- Recetas: (X)
- Deportes: ()
- Educativo: (X)

3. Marca con una X, puedes elegir más de una opción. ¿Qué te motiva a usar las redes sociales?

- Para entretenerme y jugar (X)
- Para informarme o informar a otros (X)
- Para compartir mi opinión personal ()
- Para buscar relaciones sociales ()
- Para recibir comentarios sobre mis fotos o vídeos ()
- Por moda o estatus social ()
- Para encontrar productos para comprar ()
- Para presumir de mi estilo de vida ()
- Porque me gustaría convertirme en un referente/influente ()
- Porque creo que puedo conseguir dinero con su uso ()
- Por trabajo ()
- No uso la plataforma ()

ENCUESTA SOBRE REDES SOCIALES

Esta encuesta es para conocer tu opinión sobre las redes sociales, por favor, contesta las siguientes preguntas.

Curso: 9º

Sexo: hombre

Edad: 16

¿Cuál es tu red social favorita?

- Facebook: ()
- Instagram: ()
- Twitter: ()
- Tik Tok: ()
- Otra: ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo pasas en tu red o redes sociales favoritas? ¿por qué?

Paso máximo todo el día menos cuando dormo

Escribe brevemente, ¿Qué es lo más que gusta de tu red social favorita?

compartir publicaciones sobre lo que me gusta

¿Qué emociones te genera estar en las redes sociales?

alguna tristeza enojo

1. ¿Qué clase de contenido compartes en tu red social?
 - Humor: ()
 - Cuidado personal: ()
 - Bailes y/o música: ()
 - Recetas: ()
 - Deportes: ()
 - Educativo: ()
2. ¿Qué contenido es tu preferido en las redes sociales?
 - Humor: ()
 - Cuidado personal: ()
 - Bailes y/o música: ()
 - Recetas: ()
 - Deportes: ()
 - Educativo: ()
3. Marca con una X, puedes elegir más de una opción, ¿Qué te motiva a usar las redes sociales?
 - Para entretenerme y jugar ()
 - Para informarme o informar a otros ()
 - Para compartir mi opinión personal ()
 - Para buscar relaciones sociales ()
 - Para recibir comentarios sobre mis fotos o vídeos ()
 - Por moda o estatus social ()
 - Para encontrar productos para comprar ()
 - Para presumir de mi estilo de vida ()
 - Porque me gustaría convertirme en un referente/influente ()
 - Porque creo que puedo conseguir dinero con su uso ()
 - Por trabajo ()
 - No uso la plataforma ()

B. Ejemplo de entrevistas sobre redes sociales

Entrevista de Santiago, 16 años. Estudiante de la Institución Lafaurie, Barranquilla. Grado 11.

La entrevista tiene una duración aproximadamente de 45 minutos.

Me presento al adolescente y explico la finalidad del espacio.

- El estudiante se presenta:

Santiago Perdomo, 16 años. Me gusta tocar la guitarra y eso es lo que ando haciendo ahora último.

K: Muy genial, en algún momento practiqué con el violín, pero por circunstancias ajenas a mí, lo tuve que guardar en Colombia. Espero retomarlos más adelante.

Santiago, en este espacio no hay respuestas correctas e incorrectas, lo que me digas será valioso, quizá puedas sentir pena y aquí estamos en confianza.

S: Ok.

K: En este espacio vamos a hablar de las redes sociales (RS) y todo lo que podemos encontrar en ese espacio virtual. Es básicamente lo que respondiste en el cuestionario.

Como primera pregunta, me gustaría saber, ¿qué son para ti las RS?

S: Un medio de entretenimiento y también a la vez informativo en el cual, además, tenemos la posibilidad de relacionarnos con otras personas.

K: ¿Cuántas RS tienes actualmente en tu celular?

S: Actualmente... eh... (deja y miro mi cel), tengo Facebook, Instagram y Tik tok. Ah, y Messenger.

K: y de esas, ¿Cuál usas más?

S: Uso más Facebook. Dejé Tik tok porque el contenido que me salía no me llamaba tanto la atención como el de Facebook. Generalmente el contenido que se ve en tik tok es el mismo que uno ve en las demás redes, todo se repetía y se repetía.

En tik tok no tengo seguidores, solo como 33. Y en Facebook tengo como 154 amigos.

K: Bueno, vamos a tener en cuenta las dos cuentas, siempre que tengas algo que decir de alguna red, me especificas para poder hablar de ella. ¿De acuerdo?

S: Sí.

K: yo tengo todas las redes, pero interactúo más en Fb porque allá tengo más amigos. Facebook y tik ok se diferencian bastantes. Pero hablemos de esos contenidos que consumimos en las RS, podemos tener como referencia ambas redes Fb y TT. ¿Con que frecuencia usas FB?

S: FB solamente, yo puedo entrar, diario o una media horita, o sea, depende de que tan ocupado esté, hoy por ejemplo, no estaba haciendo mucho y estuve un buen rato. Y en Tik tok, me sale un msj que cuando ya pasa una hora no me deja ver viendo Tik tok, me restringe el uso de la plataforma y me pide un código para seguir viendo los contenidos, entonces allá solo es una hora diaria.

K: Oh, genial. No sabía que la plataforma restringe el uso de la misma. Súper interesante.

S: sí, es una actualización reciente. Yo tampoco sabía.

K: **¿Qué es lo que más te gusta de FB?**

S: De Facebook.... (Piensa). De Facebook, ¿del contenido de fb o como tal la plataforma?

K: No pues, lo que más te guste de Fb incluye el contenido, la plataforma, todo, todo.

S: Ok, yoooo (piensa). En Fb últimamente me han salido unos videos, bueno, antes me salían más unos videos que me parecían muy entretenidos que era sobre reparaciones de teléfono y computadores, o sea, mi Fb antes era todo sobre eso, reparaciones de teléfonos y computadores, y esos videos podían durar hasta media hora o 45 min y ahí estaba yo viéndolo sin descansar. Ahora último me sale memes y cosas así, no sé qué cambió.

K: **¿tú subes algún contenido en esa plataforma?**

S: No, no subo. Que comparta, comparto música, letras de canciones.

K: **¿Sabes la función del algoritmo?**

S: Sí, cuando le doy like a algo me empieza a mandar cosas de lo mismo, lo mismo pasa es que si me veo todo el video, me empiezan a mandar.

K: y cuando vas a subir una foto o lo que sea, ¿tienes algunas normas? Yo lo aplico en mis perfiles para poder compartirlo. En Facebook, por ejemplo, implementas algunas normas para que esos 200 amigos la vean?

S: O sea, yo no subo muchas cosas, y lo único que subo así a veces, de hecho, creo que hecho dos o tres publicaciones que son fotos mías, y la única forma que publique algo es que, la foto me guste mucho que salga con mi familia o que sea muy muy importante.

A veces letras de canciones que me sé, otras veces, puedo compartir escasos memes porque mis amigos y yo nos identificamos mucho con esas cosas. Canciones de moda, cosas que estén en el momento sonando. Fotos, muy poco puedo subir.

K: **Y en esos contenidos que compartes, ¿has tenido experiencias que te hayan gustado mucho en esa red social de Facebook?**

S: Hmm... Bueno, no sé. (Santiago piensa en silencio una situación) en el momento no recuerdo una situación que me haya gustado mucho, no la recuerdo. La iré pensando y le digo después.

K: **pero y entonces, ¿has tenido malas experiencias? Por ejemplo, que alguien te diga cosas feas o reaccione negativamente a tus post?**

S: ¿qué me hayan dicho cosas feas en Facebook? No, eso nunca me ha pasado, pero una vez con una publicación que había que era bastantico como asquerosa y yo la vi y dije, o sea, se veía todo feo, y yo quise quitarlo pero luego me salían más y más publicaciones de ese tipo y yo dejé de usar Facebook por un buen rato porque sí me metía y me aparecían esas cosas, y después de un tiempo volví y ya no las veía.

K: **¿cómo podrías catalogar esa experiencia?**

S: No sé, o sea, creo que desfavorable. Pero no sé, porque para la persona que lo comparte para él no es desfavorable, y si lo hace es porque le gusta, a mí como tal que no comparto ese contenido a mí no me gustó y si me pareció desfavorable, desagradable de lo que esa persona publicaba.

K: **¿Qué emociones sentiste cuando viste esas publicaciones desfavorables? (Explico qué son las emociones y como se pueden ubicar de acuerdo a las dimensiones que utiliza Chóliz) ¿Podrías describir las emociones que experimentaste en ese momento?**

S: Poniéndolo en ese plano de las emociones me acuerdo de uno más feliz que creo que se lo podría describir mejor. ¿Sí?

K: Claro que sí, podemos hablar de momentos agradables y otros no muy agradables o malos.

S: Ok, entonces primero el desfavorable.

Cuando yo vi la publicación lo primero que yo dije el: "aiñ" (frunció la cara) lo vi y no sé qué pensé pero me generó asquito (cerro los ojos de forma asquenta). No sé no quería seguir viéndolo, cerré Facebook, y le di en la opción esa donde le dices que no te muestre más ese tipo de contenido y cerré Facebook enseguida y dejé el celular por allá quieto porque me quedó la imagen en mi memoria.

K: **¿qué viste en ese video que te generó esas emociones?**

S: No, eran una persona que estaba en directo haciendo el live y se dispara en la cabeza y se muere queda así como agonizando, y todo colgando, lleno de sangre.

K: **¿qué emociones podemos identificar?**

S: ¿qué emoción? (piensa en silencio) bueno, no sabría qué decir...

Bueno, asco es una, enojo porque al verlo ahí de ¿Por qué Facebook me comparte este tipo de cosas? Yo no lo hago.

K: **Ok, solo enojo y asco. ¿Qué pensaste en ese momento cuando viste el video?**

S: Me pregunté, ¿Por qué ese señor se suicidó? ¿Por qué Facebook me muestra esto?

K: **¿y tu cuerpo que te dijo o que sintió cuando viste ese video?**

S: Fue un revoltillo, ganas de vomitar tal vez, se podría decir que es eso. Sudoración, fue muy feo, tanto que de forma inmediata cerrar el Facebook y ponerme a hacer otra cosa para no pensar en eso que vi y así se me pasara lo que sentí o el impacto que me generó el video.

K: **¿Cuándo sucedió eso?**

S: Hace poco. No recuerdo muy bien.

K: **¿Podríamos decir que estas sensaciones negativas solamente ocurren cuando ves contenidos incómodos?**

S: Sí, solo cuando veo esos contenidos

K: **¿crees que las emociones que podemos experimentar en Facebook son más negativas que positivas?**

S: Yo creo que en igual medida, he tenido experiencias negativas y positivas, todo depende de las interacciones que tenga con los que están en mi cuenta, pero sin

duda, las negativas me generan mucho impacto que debo hacer casi que de forma inmediata una actividad para dejar de pensar en eso que puedo ver en Facebook. Como también felices, o quizá, también contenidos neutros, que no me generan nada más sino entretenimiento.

Semanalmente, puedo experimentar una emoción negativa.

Procede a mostrarme un video viral (perro pitbull mata a gato en un parque de Soacha en Bogotá) está en Youtube.

Santiago narra las emociones que sintió cuando vio ese video, y comenta que, yo la verdad soy muy animalista, cuido mucho los animales, es por eso que, cuando yo vi el video, siento tristeza pensar el dueño del gato al verlo ahí tirado porque el perro lo destrozó.

Estoy aquí sentado y le digo que me da enojo y siento sudoración, quizá hubiese discutido con el dueño del perro y lloraría mucho si fuera mi mascota.

Agradezco el espacio y despedida.

Entrevista a Valentina [REDACTED], 16 años. Estudiante de la Institución Lafaurie, Barranquilla. Grado 11.

La entrevista tiene una duración aproximadamente de 45 minutos.

Me presento al adolescente y explico la finalidad del espacio.

La estudiante se presente: mi nombre es Valentina [REDACTED] 16 años. Me gusta el inglés y leer, mis pasatiempos, en las semanas voy a clases y cuando llego estudio sobre mis clases de inglés porque eso me hace leer mucho, los sábados voy a clase de inglés, hago un curso y los domingos me dedico a hacer simulacro para practicar para las ICFES. Vivo en Barranquilla, vivo con mi mamá y mi comida favorita es el arroz de coco con pescado.

K: Hablaremos sobre RS y todo lo que podemos encontrar en ellas. Es por eso, que me gustaría saber, ¿qué son las RS para ti?

V: las Rs son un medio de comunicación por el cual podemos tener contactos con otras personas a distancia muy lejos o muy cerca, actualmente yo creo que nosotros hablamos con nuestra familia estando en la misma casa con nosotros, y eso no debería ser así porque hay que tener más contacto entre familia (risas) pero las RS además de que sirvan para comunicarse también pueden servir para adquirir información, contenido y sobretodo saber eso que pasa en el mundo.

K: ¿Cuántas RS tienes?

V: Facebook, instagram y tik tok.

K: Vale, dijiste algo muy interesante sobre “a veces hablamos con los familiares por las redes estando en la misma casa” o sea, hemos llegado a un punto en que hemos cambiado la interacción cara a cara para poder conservar por las redes con

Cognitivo

Fisiológico

Conductual

RS Fav.

- 1 **Entrevista de Santiago, 16 años. Estudiante de la Institución Lafaurie, Barranquilla. Grado 11.**
- 2 La entrevista tiene una duración aproximadamente de 45 minutos.
- 3 Me presento al adolescente y explico la finalidad del espacio.
- 4 • El estudiante se presenta:
- 5 Santiago [REDACTED], 16 años. Me gusta tocar la guitarra y eso es lo que ando haciendo ahora último.
- 6 **K:** Muy genial, en algún momento practiqué con el violín, pero por circunstancias ajenas a mí, lo tuve que guardar en Colombia. Espero retomarlo más adelante.
- 7 Santiago, en este espacio no hay respuestas correctas e incorrectas, lo que me digas será valioso, quizá puedas sentir pena y aquí estamos en confianza.
- 8 **S:** Ok.
- 9 **K:** En este espacio vamos a hablar de las redes sociales (RS) y todo lo que podemos encontrar en ese espacio virtual. Es básicamente lo que respondiste en el cuestionario.
- 10 Como primera pregunta, me gustaría saber, ¿qué son para ti las RS?
- 11 **S:** Un medio de entretenimiento y también a la vez informativo en el cual, además, tenemos la posibilidad de relacionarnos con otras personas.
- 12 **K:** ¿Cuántas RS tienes actualmente en tu celular?
- 13 **S:** Actualmente... ehhhh (deja y miro mi cel), tengo Facebook, Instagram y Tik tok. Ah, y Messenger.
- 14 **K:** y de esas, ¿Cuál usas más?
- 15 **S:** Uso más Facebook. Dejé Tik tok porque el contenido que me salía no me llamaba tanto la atención como el de Facebook. Generalmente el contenido que se ve en tik tok es el mismo que uno ve en las demás redes, todo se repetía y se repetía.
- 16 En tik tok no tengo seguidores, solo como 33. Y en Facebook tengo como 154 amigos.
- 17 **K:** Bueno, vamos a tener en cuenta las dos cuentas, siempre que tengas algo que decir de alguna red, me especificas para poder hablar de ella. ¿De acuerdo?
- 18 **S:** Sí.
- 19 **K:** yo tengo todas las redes, pero interactúo más en Fb porque allá tengo más amigos. Facebook y tik ok se diferencian bastantes. Pero hablemos de esos contenidos que consumimos en las RS, podemos tener como referencia ambas redes Fb y TT. ¿Con que frecuencia usas FB?
- 20 **S:** FB solamente, yo puedo entrar, diario o una media horita, o sea, depende de que tan ocupado esté, hoy por ejemplo, no estaba haciendo mucho y estuve un buen rato. Y en Tik tok, me sale un msj que cuando ya pasa una hora no me deja ver viendo Tik tok, me restringe el uso de la plataforma y me pide un código para seguir viendo los contenidos, entonces allá solo es una hora diaria.
- 21 **K:** Oh, genial. No sabía que la plataforma restringe el uso de la misma. Súper interesante.
- 22 **S:** sí, es una actualización reciente. Yo tampoco sabía.
- 23 **K:** ¿Qué es lo que más te gusta de FB?
- 24 **S:** De Facebook.... (Piensa). De Facebook, ¿del contenido de fb o como tal la plataforma?
- 25 **K:** No pues, lo que más te guste de Fb incluye el contenido, la plataforma, todo,

todo.

26 **S:** Ok, yoooo (piensa). En Fb últimamente me han salido unos videos, bueno, antes me salían más unos videos que me parecían muy entretenidos que era sobre reparaciones de teléfono y computadores, o sea, mi Fb antes era todo sobre eso, reparaciones de teléfonos y computadores, y esos videos podían durar hasta media hora o 45 min y ahí estaba yo viéndolo sin descansar. Ahora último me sale memes y cosas así, no sé qué cambió.

27 **K:** ¿tú subes algún contenido en esa plataforma?

28 **S:** No, no subo. Que comparta, comparto música, letras de canciones.

29 **K:** ¿Sabes la función del algoritmo?

30 **S:** Sí, cuando le doy like a algo me empieza a mandar cosas de lo mismo, lo mismo pasa es que si me veo todo el video, me empiezan a mandar.

31 **K:** y cuando vas a subir una foto o lo que sea, ¿tienes algunas normas? Yo lo aplico en mis perfiles para poder compartirlo. En Facebook, por ejemplo, implementas algunas normas para que esos 200 amigos la vean?

32 **S:** O sea, yo no subo muchas cosas, y lo único que subo así a veces, de hecho, creo que hecho dos o tres publicaciones que son fotos mías, y la única forma que publique algo es que, la foto me guste mucho que salga con mi familia o que sea muy muy importante.

33 A veces letras de canciones que me sé, otras veces, puedo compartir escasos memes porque mis amigos y yo nos identificamos mucho con esas cosas. Canciones de moda, cosas que estén en el momento sonando. Fotos, muy poco puedo subir.

34 **K:** Y en esos contenidos que compartes, ¿has tenido experiencias que te hayan gustado mucho en esa red social de Facebook?

35 **S:** Hmm... Bueno, no sé. (Santiago piensa en silencio una situación) en el momento no recuerdo una situación que me haya gustado mucho, no la recuerdo. La iré pensando y le digo después.

36 **K:** pero y entonces, ¿has tenido malas experiencias? Por ejemplo, que alguien te diga cosas feas o reaccione negativamente a tus post?

37 **S:** ¿qué me hayan dicho cosas feas en Facebook? No, eso nunca me ha pasado, pero una vez con una publicación que había que era **bastantico como asquerosa** y yo la vi y dije, o sea, se veía todo feo, y yo quise quitarlo pero luego me salían más y más publicaciones de ese tipo y yo dejé de usar Facebook por un buen rato porque sí me metía y me aparecían esas cosas, y después de un tiempo volví y ya no las veía.

38 **K:** ¿cómo podrías catalogar esa experiencia?

39 **S:** No sé, o sea, creo que **desfavorable**. Pero no sé, porque para la persona que lo comparte para él no es desfavorable, y si lo hace es porque le gusta, a mí como tal que no comparto ese contenido a mí no me gustó y **si me pareció desfavorable, desagradable de lo que esa persona publicaba.**

40 **K:** ¿Qué emociones sentiste cuando viste esas publicaciones desfavorables?

41 (Explico qué son las emociones y como se pueden ubicar de acuerdo a las dimensiones que utiliza Chóliz) ¿Podrías describir las emociones que experimentaste en ese momento?

42 **S:** Poniéndolo en ese plano de las emociones me acuerdo de uno más feliz que creo que se lo podría describir mejor. ¿Sí?

43 **K:** Claro que sí, podemos hablar de momentos agradables y otros no muy agradables o malos.

44 **S:** Ok, entonces primero el desfavorable.

- 45 Cuando yo vi la publicación lo primero que yo dije el: "aiñ" (frunció la cara) lo vi y no sé qué pensé pero me generó asquito (cerro los ojos de forma asquenta). No sé no quería seguir viéndolo, cerré Facebook, y le di en la opción esa donde le dices que no te muestre más ese tipo de contenido y cerré Facebook enseguida y dejé el celular por allá quieto porque me quedó la imagen en mi memoria.
- 46 K: ¿qué viste en ese video que te generó esas emociones?
- 47 S: No, eran una persona que estaba en directo haciendo el live y se dispara en la cabeza y se muere queda así como agonizando, y todo colgando, lleno de sangre.
- 48 K: ¿qué emociones podemos identificar?
- 49 S: ¿qué emoción? (piensa en silencio) bueno, no sabría qué decir...
- 50 Bueno, asco es una, enojo porque al verlo ahí de ¿Por qué Facebook me comparte este tipo de cosas? Yo no lo hago.
- 51 K: Ok, solo enojo y asco. ¿Qué pensaste en ese momento cuando viste el video?
- 52 S: Me pregunté, ¿Por qué ese señor se suicidó? ¿Por qué Facebook me muestra esto?
- 53 K: ¿y tu cuerpo que te dijo o que sintió cuando viste ese video?
- 54 S: Fue un revoltillo, ganas de vomitar tal vez, se podría decir que es eso. Sudoración, fue muy feo, tanto que de forma inmediata cerrar el Facebook y ponerme a hacer otra cosa para no pensar en eso que vi y así se me pasara lo que sentí o el impacto que me generó el video.
- 55 K: ¿Cuándo sucedió eso?
- 56 S: Hace poco. No recuerdo muy bien.
- 57 K: ¿Podríamos decir que estas sensaciones negativas solamente ocurren cuando ves contenidos incómodos?
- 58 S: Sí, solo cuando veo esos contenidos
- 59 K: ¿crees que las emociones que podemos experimentar en Facebook son más negativas que positivas?
- 60 S: Yo creo que en igual medida, he tenido experiencias negativas y positivas, todo depende de las interacciones que tenga con los que están en mi cuenta, pero sin duda, las negativas me generan mucho impacto que debo hacer casi que de forma inmediata una actividad para dejar de pensar en eso que puedo ver en Facebook.
- 61 Como también felices, o quizá, también contenidos neutros, que no me generan nada más sino entretenimiento.
- 62 Semanalmente, puedo experimentar una emoción negativa.
- 63 Procede a mostrarme un video viral (perro pitbull mata a gato en un parque de Soacha en Bogotá) está en Youtube.
- 64 Santiago narra las emociones que sintió cuando vio ese video, y comenta que, yo la verdad soy muy animalista, cuidó mucho los animales, es por eso que, cuando yo vi el video, siento tristeza pensar el dueño del gato al verlo ahí tirado porque el perro lo destrozó.
- 65 Estoy aquí sentado y le digo que me da enojo y siento sudoración, quizá hubiese discutido con el dueño del perro y lloraría mucho si fuera mi mascota.
- 66 Agradezco el espacio y despedida. Asco/
- 67 Entrevista a Valentina [redacted], 16 años. Estudiante de la Institución Lafaurie, Barranquilla. Grado 11.

- 68 La entrevista tiene una duración aproximadamente de 45 minutos.
- 69 Me presento al adolescente y explico la finalidad del espacio.
- 70 La estudiante se presenta: mi nombre es Valentina de la Cruz, 16 años. Me gusta el inglés y leer, mis pasatiempos, en las semanas voy a clases y cuando llego estudio sobre mis clases de inglés porque eso me hace leer mucho, los sábados voy a clase de inglés, hago un curso y los domingos me dedico a hacer simulacro para practicar para las ICES. Vivo en Barranquilla, vivo con mi mamá y mi comida favorita es el arroz de coco con pescado.
- 71 **K:** Hablaremos sobre RS y todo lo que podemos encontrar en ellas. Es por eso, que me gustaría saber, ¿qué son las RS para ti?
- 72 **V:** las Rs son un medio de comunicación por el cual podemos tener contactos con otras personas a distancia muy lejos o muy cerca, actualmente yo creo que nosotros hablamos con nuestra familia estando en la misma casa con nosotros, y eso no debería ser así porque hay que tener más contacto entre familia (risas) pero las RS además de que sirven para comunicarse también pueden servir para adquirir información, contenido y sobretodo saber eso que pasa en el mundo.
- 73 **K:** ¿Cuántas RS tienes?
- 74 **V:** Facebook, instagram y tik tok.
- 75 **K:** Vale, dijiste algo muy interesante sobre "a veces hablamos con los familiares por las redes estando en la misma casa" o sea, hemos llegado a un punto en que hemos cambiado la interacción cara a cara para poder conservar por las redes con personas que están prácticamente a nuestro lado, ¿por qué crees que ocurre eso?
- 76 **V:** Yo creo que eso ocurre porque le damos más importancia a los aparatos tecnológicos o nos desconectamos de nuestra familia porque se han perdido tradiciones como sentarse todos juntos a comer en la mesa o eh, jugar juegos de mesas, pasar tiempo en familia y yo creo que esto se pierde porque le damos importancia a esas cosas que son las RS. Las RS son, pues, un método muy importante actualmente y se utiliza mucho, pero, también se ha perdido el contacto físico con nuestros familiares y eso debido a que las cosas como que se enfrían y todo el mundo pierde el interés de compartir en familia y prefieren estar en el celular mucho tiempo y eso no debería ser así.
- 77 **K:** ¿y cómo crees que podemos recuperar esas tradiciones? Llegamos a tener el celular hasta para ir el baño
- 78 **V:** Yo creo que actualmente es muy difícil que las personas estén sin su celular, porque es que muchas personas tienen esa dependencia al celular y no pueden estar sin él, pero yo creo que eso se podría si cada quien pusiera de su parte e intentara dejar el celular al lado para intentar pasar tiempo con la familia e intentar hacer cosas que les guste, tal vez no quieran dejar el celular al lado pero podrían incluirlo también en eso, jugar un juego y responder cosas en el celular, pero también intentar pasar tiempo con la familia y eso también podría servir.
- 79 **K:** y cuáles de esas RS que me nombras usas más?
- 80 **V:** ehhh, Facebook. La verdad me gusta mucho Facebook.
- 81 **K:** ¿Cuántos amigos tienes en esa plataforma?
- 82 **V:** solo tengo como 200 o 400 amigos, no tengo mucho porque no me gusta agregar a desconocidos tanto solo personas de mi círculo, familia o del colegio.
- 83 **K:** ¿con que frecuencia usas Facebook?

- 84 **V:** yo creo que uso Facebook cada vez que tengo ese espacio. Si voy a ver la hora, aprovecho y miro Facebook un momento, a ver cualquier cosa, entro y me salgo. En el recreo, en la casa, en cualquier espacio, aprovecho y miro Facebook. No tengo una hora específica, ni un tiempo en específico, solo lo uso, pero en el celular tengo una aplicación que se llama "Bienestar" y me dice el tiempo de cada aplicación y en Facebook me dice que 4 o 5 horas diarias, ¿es mucha? (risas)
- 85 **K:** Que bueno que esa aplicación nos avisa el tiempo y también nos permite configurar el tiempo de uso de las mismas, pero para usarla todo ese tiempo, **¿Qué es lo que más te gusta de Facebook?**
- 86 **V:** Bueno, a mí lo que más me gusta de Facebook son los videos, o sea, me gustan los memes, pero cuando entro a Facebook voy es a ver videos de lo que pasa en Colombia o videos de esas que son personas actuando y reflexiones, me gustan mucho, suelo verlo demasiado porque me gusta saber cuáles son las reflexiones que están dando.
- 87 **K:** **¿y subes contenidos a Facebook?**
- 88 **V:** usualmente subo fotos, muy pocas veces, cuando me tomo fotos y quiero actualizar perfil o mi portada, pero no lo hago comúnmente y también solo comparto memes o algo, pero no lo hago mucho, veo memes pero no me gusta compartirllos todos
- 89 **K:** eres egoísta con los memes (risas)
- 90 **V:** (risas) si me gusta quedármelos (risas)
- 91 **K:** **¿Para subir contenido en tus RS manejas algunos criterios, es decir, condiciones para subir algo? Fotos, memes, videos o cualquier otro material multimedia.**
- 92 **V:** Principalmente para subir fotos debe significarse algo para mí, no subir por subirla. Puede también que sea frases del libro que estoy leyendo, fotos de mi gatito, algo que signifique algo importante. (risas) y a la hora de las fotos, debo verme linda, si son fotos de mis amigas pues no solo me debe gustar a mí sino también a ellas, no es válido que solo me guste a mí, y también, a la hora de las historias, cosas divertidas, fotos mías, amigas y eso...
- 93 **K:** **y en esas interacciones que tienes en Facebook con tus amigos, o comentarios que haces a videos virales, o "me gusta" ¿has tenido experiencias que te hayan gustado muchísimo?**
- 94 **V:** Bueno, no tengo cosas así que famosos me hayan dicho algo porque no soy de comentar, pero, me gusta mucho mucho que mis amigas me hagan estados, me dediquen estados, eso me hace sentir muy bien, o que mi novio e haga post, me etiqueta en poemas, videos, cosas y la verdad es muy bonito, eso me gusta.
- 95 **K:** **pues si, a todos nos gusta que nos presuman y que nos escriban cosas bonitas en las redes (rien ambas)**
- 96 **V:** Y de experiencias negativas, ¿has tenido una? Por algún contenido, fotos, "me enoja" o viste un contenido muy feo y eso generó algo en ti.
- 97 **V:** Una experiencia negativa que tuve recientemente es de un video que se hizo viral, de una persona que metió un gatito en una licuadora y eso fue muy traumático para mí y ver ese video, como el gato estuvo ahí y fue feo, feo (cierra los ojos con fuerza y se agarra la cabeza) y la verdad es que yo también tengo un gato y eso fue muy horrible cuando vi ese video
- 98 **K:** **cuéntame los detalles de ese video, ¿Qué fue lo que sucedió?**
- 99 **V:** Pues la verdad, o sea, la persona metió el gato en la licuadora y lo encendió pues eh, no hace falta decir lo que sucedió, pero el gato estaba vivo, creo que sobrevivió y me dio sentimiento ver el gato ahí y es de lo más feo que he visto en

-Cognitivo: Le gusta que le etiqueten

mi vida y además que me preguntaba como las personas pueden hacer ese tipo de cosas, como hacerle esos a los animalitos, y **eso me enojó mucho porque no hay necesidad de hacer esas cosas, grabarlo y subirlo a una red social y obvio se hará viral.** Y esas cosas, hay personas que no les gusta pero por el morbo lo reproducen y lo hacen viral **y eso es espantoso.** También otras ocasiones de cosas muy feas y también afecta la reputación de las demás personas y eso también está mal.

100 **K: Aparte de enojo, ¿Qué otra emoción te generó el video?**

101 **V: tristeza, enojo, coraje de ver el video, me dieron ganas de hacer algo para cambiar lo que paso en el video, angustia al ver el gato.**

102 **K: ¿y que pensabas mientras lo veías?**

103 **V: solo podía preguntarme como puede haber gente tan mala y puede maltratar a un animal así, es un ser vivo, siente y eso duele, sufre y **es feo ver a alguien sufriendo mas si es un animal.****

104 **K: ¿Qué sentiste cuando viste el video?**

105 **V: en ese momento n que vi el video, como dije me dio mucha rabia y lo que hice fue taparme la boca y los ojos se me aguaron porque me dio tristeza ver el gatito y ya cuando me sentí así me sentí del video porque yo no quería ver eso, y me puse a llorar, sentí mucha tristeza, se me bajo el ánimo y mi cara veía la tristeza, decaída, apartada no quería hablar con alguien**

106 **K: ¿eso cuando sucedió?**

107 **V: hace como dos o tres semanas**

108 **K: ¿viste el video hasta el final?**

109 **V: lo dejé a la mitad**

110 **K: ¿Qué otra sensación experimentaste cuando viste el video?**

111 **V: no me acuerdo, pero... Frustración por la situación y porque al rededor del mundo eso pasa mucho, los animales sufren. He visto muchos casos de maltrato, y yo no puedo hacer nada para salvarlos. Mi mama rescata perros y gatos y los da a una familia que los quiera. He visto mucho abandono de los animales y dejados a su suerte, y me frustra porque no puedo hacer nada e intento sobrellevarlo.**

112 **K: ¿esas sensaciones solo ocurren cuando ves contenidos de ese tipo?**

113 **V: depende del contenido, si. Siempre vas a sentir lo mismo... (Piensa) se le fue la palabra. Esos videos me hacen sentir mal y cuando veo que se hacen viral de ese tipo o asesinatos a personas no las veo porque es traumático, no duermo y debo dormir.**

114 **De las experiencias que tengo en Fb puedo decir que es igual, aunque las negativas son las que más me cuestan.** Pero también puedo llegar aburrida a Fb y me puedo sentir mejor viendo memes o videos. Los que más generan más impacto son las negativas, o más bien 50-50. Tengo buena memoria y puedo tenerlo. Con las cosas negativas intento bloquearlas, que hago es olvidarlas y no recordarlas

115 **Lás RS en ocasiones puede ser una distracción porque voy hacer una tarea y me quedo en FB por lo general intento no usar Fb cuando estoy haciendo una cosa del colegio.**

116 **Se agradece y me despido.**

Entrevista a Débora A. 16 años, estudiante de la Institución Laufarie Rivera, Barranquilla

118	Me presento a la estudiante y la entrevista dura aproximadamente 40 minutos. Y se hace una pregunta rompe hielo sobre el clima de la ciudad en estos momentos.
119	• La estudiante se presenta:
120	Mi nombre es Débora Alonsa, tengo 16 años, cumplo en noviembre. Ehhhh... Este, bueno, después que me gradúe quiero estudiar idiomas, también quisiera hacer cursos varios como belleza y eh, me gusta el patinaje y en mis tiempos libres estoy haciendo un curso de uñas en marcado semipermanente pero a parte de eso quisiera hacer otros cursos porque me interesa todo eso y también me gusta los idiomas específicamente el inglés y el francés, no lo sé hablar pero me gustan.
121	K: En este espacio no hay respuestas correctas e incorrectas, puedes estar tranquila y en confianza esto es solo una conversación.
122	D: Mi red social favorita es <u>Facebook</u> .
123	K: <u>Si, ¿qué es para ti las redes sociales?</u>
124	D: Las redes sociales son como un sitio donde uno se puede expresar, o también, informarse de cosas, o tal vez, distraerse.
125	K: <u>Si, ¿Cuántas redes sociales tienes?</u>
126	D: Instagram, tik tok. En Instagram entro a veces, también tik tok así como de vez en cuando, también entro a <u>Facebook no comparto muchas cosas, pero entro a ver videos sobre todo y ya.</u>
127	K: <u>pero de esas que me mencionas, ¿cuál usas más?</u>
128	D: <u>Facebook</u>
129	K: <u>¿cuántos amigos tienes en Facebook?</u>
130	D: setecientos y más aproximadamente, no tengo claridad. Eso no lo miro tanto.
131	K: <u>¿Conoces a todos los que tienes en la red?</u>
132	D: Si, la mayoría, son conocidos. Amigos del colegio, no es tanto de hablar sino de tenerlos ahí.
133	K: <u>¿Con qué frecuencia utilizas Facebook?</u>
134	D: <u>Bueno, casi que diario, o sea, casi siempre. O sea, si no estoy en whatsapp, estoy en Facebook.</u>
135	K: <u>Pero, ¿cuánto tiempo le dedicas a Facebook?</u>
136	D: (risas) <u>yo creo que el día completo</u> , desde que me levanto hasta que me acuesto, es lo último que veo y lo primero que veo (risas) es todo el tiempo
137	K: <u>¿y qué es eso que te gusta tanto de Facebook?</u>
138	D: Ehh, por un lado, <u>los videos, los "reels"</u> , cosas que son de mi interés, por ejemplo eso de las uñas, eso me gusta full, viajes o en videos normales como la "rosa de Guadalupe" "como dice el dicho" esos programas y el resto si son publicaciones, historias
139	K: <u>¿subes contenido en las redes, en Facebook?</u>
140	D: Historias si no monto casi, son contadas las veces, creo que una o dos no monto, casi no me gusta. Escasamente memes, por días, con algo con que me identifique mucho, algo que me esté pasando y lo monto, pero no soy mucho de montar.
141	K: <u>Eso que dices de "montar cosas que me estén pasando" me da ejemplos?</u>

- 142 D: Hmm, o sean por ejemplo, eh, bueno podría ser un meme de algo que me pasó, "bueno también me pasó, lo voy a montar" o actitudes, yo soy así. No lo sé explicar.
- 143 K: ¿Subes fotos tuyas?
- 144 D: No, muy poco. En el perfil tengo, pero aparece nada más de que es para verla yo sola. Muchas cosas privadas para que nadie reaccione o comente. No me gusta.
- 145 K: Cuéntame, ¿Cómo eliges lo que vas a subir en Facebook?
- 146 D: Es importante ver si me gustó, que me vea linda, o sea, esas cosas, lo normal. No subo fotos de mi cuerpo porque puede que esté gorda y esas cosas.
- 147 K: Y si posteas otros contenidos en el muro, ¿Cómo lo seleccionas?
- 148 D: Ehh, depende, si me pasó o si es verdad lo que dice la publicación o si me da risa, si me identifica o algo así.
- 149 K: y de esas interacciones, ¿recuerdas alguna experiencia positiva?
- 150 D: Bueno, ahora no recuerdo una. Bueno, yo monté una publicación de un grupo de amigas donde si no estoy mal decía: "uno no regresa triste cuando sale con las amigas" y etiqueté con las que yo salgo, ellas reaccionaron.
- 151 K: ¿qué reaccionaron?
- 152 D: "Me encanta"
- 153 K: ¿qué sentiste cuando tus amigas reaccionaron con un "me encanta"?
- 154 D: Normal, era lo que esperaba, uno etiqueta para que vean o reacciones.
- 155 K: Y cuando etiquetas a alguien en una publicación y no reacciona, ¿Qué sientes?
- 156 D: Pues, no lo vuelvo a etiquetar. Ni más
- 157 K: ¿Todas tus amigas reaccionaron a ese post?
- 158 D: Solo una, tengo varias amigas, pero solo etiqueté una, con la que más salgo.
- 159 K: ¿Podríamos hablar de experiencia negativa en el Facebook?
- 160 D: Tengo una experiencia, pero no es algo propiamente mío, es de una compañera. Había una publicación donde hablaban del aspecto físico de ella.
- 161 K: ¿tú viste ese post? ¿Qué pasó?
- 162 D: Bueno, eso pasó reciente. Lo que pasó es que yo ando con un grupo de compañeros del salón, andamos cuatro mujeres y un hombre; lo que pasó es que la verdad nosotros casi todo el tiempo nos andamos riendo, bobadas y había una muchacha de un curso de noveno y cada vez que ellas pasaban nosotros nos estábamos riendo. Ellas creían que era con ella y desde ahí ellas como que había ya un choque, es decir, "tú te ríes de mí y yo te digo" en Facebook. Un día ellas nos gritaron vulgaridad. Eso pasó.
- 163 Luego ahora, ehh la hermana de la muchacha y otras amigas de ella puso en Facebook que, decía así: "con esos dientes" algo así, eso era un animal que tenía los dientes por fuera y los tenía adelante y muchacha puso "la tuya" algo así y una comentó en la foto "nena, la Yule" una compañera mía se llama así, le decimos así. Puede que ella haga sus publicaciones, que le mande indirectas, pero que no mencione porque uno ya sabría que es para alguien en específico y eso es unas provocaciones que le hacen a mi amiga como que genera que se rían de ella cosas así que son para ella y se da cuenta. Por lo menos hoy, íbamos saliendo y nos choca el hombro duro y nos echamos a reír, es que eso es una bobada, fuimos a coordinación y hablamos eso allá y mi amiga le mostró la captura de Facebook y la mención y eso es lo que estuvo mal, porque habla y hablar está bien, pero, ¿Por qué mencionar? Eso no me gustó.
- 164 K: ¿qué emociones te provocó esa situación?

165 **D:** Rabia, lo primero fue rabia.
166 **K:** ¿qué pensaste cuando viste el post? Ya sale del Facebook y lo llevan a la institución.
167 **D:** En realidad nosotros incentivamos a mi amiga que lo llevara a la coordinación, estábamos esperando otra provocación para actuar, pero es que es nuestro año, el último. Yo sí tenía rabia.
168 **K:** ¿Qué sintió tu cuerpo cuando tenías enojo?
169 **D:** Estrés, con ganas de decir, pero no actuar. Me abstengo. También siento un calor, es un estrés, impotencia.
170 **K:** y si es post hubiese sido para ti?
171 **D:** Yo hubiese ido a coordinación porque por Facebook todo el mundo ve, todo el mundo va a ver la buda, vas a estar ahí y todo el colegio, me afectaría y muchísimo. Mi amiga, por ejemplo, lloró y tenía rabia. Nunca reclamó porque es nos vamos a graduar. Había una compañera que si le dijo que peleara.
172 **K:** Las emociones de enojo o estrés, ocurre cuando vemos contenidos así?
173 **D:** No, no solamente en esas situaciones. Puede que vea otros videos que me hagan enojar o entristecer. Estas experiencias que tenemos en Facebook son del mismo modo negativas y positivas. Pero cuando veo algo que no me gusta, lo paso. Me gusta más ver las positivas.
174 **Fin.**

175 **Entrevista a Nelda, 15 años. Estudiante de la Institución Lafaurie, Barranquilla. Grado 11.**

176 Me presento a la estudiante y la entrevista dura aproximadamente 40 minutos. Y se hace una pregunta rompe hielo sobre el clima de la ciudad en estos momentos.

177 • La estudiante se presenta:

178 Mi nombre es Nelda, tengo 15 años, me gusta mucho patinar, leer y ver películas.

179 **K:** Me gustan mucho patinar, pero nunca pude aprender.

180 **N:** Sí, mi hermana es deportista.

181 **K:** (hay una interferencia de conexión)

182 **N:** Procede a resolverlo.

- 183 K: Nelda, con la interferencia, iniciaremos la conversación. En primera medida, me gustaría saber, ¿qué es para ti las redes sociales?
- 184 Son lugares, o, páginas que utilizamos para comunicarnos con las personas que tenemos lejos, o que tenemos cerca, y también para mantenernos informados y ya. (Risas)
- 185 K: ¿tienes redes sociales?
- 186 N: Sí.
- 187 K: ¿Cuántas tienes?
- 188 N: Tengo Facebook, instagram, Twitter y Tik tok.
- 189 K: ¿Cuál es tu favorita?
- 190 N: Facebook, pero también uso mucho Tik tok.
- 191 K: En este espacio, vamos a hablar de Facebook como una de tus redes sociales favoritas.
- 192 N: Listo.
- 193 K: ¿Cuántos seguidores tienes en Facebook o amigos?
- 194 N: La verdad, exactamente no sé.
- 195 K: ¿y un aproximado?
- 196 N: Como unos 200 o 250
- 197 K: ¿Los conoces a todos?
- 198 N: La mayoría, sí.
- 199 K: ¿con qué frecuencia usas esa red social?
- 200 N: lo uso prácticamente a diario, no tengo así un tiempo exacto en el día. Pero eso es como dos a tres horas diarias.
- 201 K: ¿qué es lo que más te gusta de Facebook?
- 202 N: la verdad, lo que más me gusta es que puedo compartir las cosas que me gustan como videos y puedo hablar con las demás personas.
- 203 K: ¿Cuál es ese contenido que te gusta y compartes?
- 204 N: Algunos videos que encuentro de música, de actividades que me gustan, memes.
- 205 K: ¿y en todas esas experiencias que tienes en la navegación de Facebook, ¿has tenido una muy especial que te haya gustado mucho?
- 206 N: sí.
- 207 K: Cuéntamelo, por favor...
- 208 N: La mayoría de cosas, son de mi familia. Mi familia me comparte cosas y bueno expreso muchas emociones ahí, cariño, afecto. Y otras son para divertirnos o cosas que queremos hacer en el futuro. Eso lo convierte en algo muy significativo porque puedo sentir a través de esas publicaciones mucho respaldo familiar, el afecto familiar. Siempre me gusta encontrarme con esas publicaciones.
- 209 K: Y si hablamos ahora de esas experiencias desagradables, ¿puedes recordar una? ¿Has tenido alguna?
- 210 N: ¿en qué sentido?
- 211 K: A veces recibimos comentarios o reacciones negativas en lo que publicamos o comentamos. Espacios en los que no nos sentimos bien con eso que recibimos en la interacción con los demás usuarios.
- 212 N: De ese tipo no recuerdo, pero vi un video desagradable hace un tiempo que me hizo sentir muy mal, incomoda y triste.
- 213 K: ¿podríamos hablar de eso?
- 214 N: He visto videos de personas que le gustan maltratar a los animales y los monta en las redes sociales. Eso es muy desagradable.

- 215 K: ¿podrías describir lo que sucedió exactamente en ese video?
- 216 N: Recuerdo que era un muchacho que estaba metiendo un gato en una licuadora y yo tengo un gato, y no sé, me da "cosita".
- 217 K: A ver, descríbeme esas "cositas"
- 218 N: Fue desagradado y algo de enojo. También tristeza y desesperación por el hecho de ehh... tratar a los animales de esa forma sin que los animales le hagan algo, entonces como que es desesperante.
- 219 K: ¿qué pensaste de esa situación?
- 220 N: Pienso que es bastante desagradable y no me gustaría volver a verla porque me causa mucha tristeza y no me gusta ver ese tipo de cosas, es como, ¿Por qué los seres humanos son así con los animales? ¿Por qué tanta maldad?
- 221 Yo recuerdo que cuando vi ese video, mi cuerpo sintió un calor feo, era como un fogaje, la forma en la que reaccioné fue a llorar, es que cuando me enojo tiendo a llorar.
- 222 K: ¿qué hiciste ante esa situación?
- 223 N: Pasé el video, simplemente lo pasé en cuanto pude ver el sufrimiento del gato y la dicha de la persona que lo hacía
- 224 Cuando veo también esos comentarios y nos etiquetan en cosas que no nos gustan también puedo experimentar mucho malestar. He visto quizá publicaciones que no son mías, pero que también me molestan. Dejo de seguir a personas que suben contenidos feos, aunque su intención sea prevenir, no me gusta ver eso. Ese video solo fui capaz de ver 30 segundos, fue muy feo ver eso.
- 225 MOTIVACION DE USAR LAS RS
- 226 Para entretenerme y jugar, informarme e informar a otros y para encontrar productos que comprar.
- 227 Jugar y buscar productos que comprar
- 228 Compartir mi opinion personal
- 229 Jugar, informarme, recibir comentarios de fotos o videos, encontrar productos que comprar
- 230 entretenerme, presumir mi estilo de vida
- 231 Jugar, informarme, moda o estatus social, ser un influencer, conseguir dinero.
- 232 Por moda o estatus social
- 233 Informarme e informar a otros, ser influencer.
- 234 Entretenerme, informarme, opinion personal.
- 235 Entretenerme, encontrar productos que comprar
- 236 Entretenerme para jugar
- 237 Entretenerme, jugar, informarme
- 238 Entretenerme jugar
- 239 Entretenerme, informarme
- 240 Entretenerme, buscar productos que comprar
- 241 Informarme e informar a otros
- 242 Compartir mi opinion y buscar relaciones sociales.
- 243 jugar, recibir comentarios de mis fotos, moda o status social, comprar productos.
- 244 Entretenerme, informarme o informar a otros
- 245 Entretenerme, informarme e informar a otros
- 246 Informarme, compartir opiniones, recibir comentarios sobre fotos y videos, moda, conseguir dinero.

247 Entretenerme, informarme e informar a otros, productos que comprar
 248 Para entretenerme e informarme
 249 Entretenerme y jugar
 250 Entretenerme, compartir mi opinion
 251 Entretenerme y jugar
 252 Entretenerme, jugar, productos para comprar
 253 Ser influyente
 254 para entretenerme y jugar, para informar o informar a los demas
 255 Entretenerme, informarme o ser influyente
 256 Entretenerme, jugar, informarme, comprar productos, conseguir dinero
 257 Informarme e informar a los demas, buscar objetos para comprar
 258 Entretenerme, moda, estilo de vida
 259 Entretenerme, productos para comprar
 260 Entretenerme, informar a otros
 261 Entretenerme, informarme, comprar productos
 262 Entretenerme, informar a otros
 263 Entretenerme, compartir opinion, moda o estatus
 264 Informarme e informar a los demas
 265 Entretenerme, moda, estilo de vida
 266 Entretenerme, ser influencer, sacar dinero
 267 Entretenerme, informar, moda
 268 entretenerme
 269 entretenerme, informarme
 270 compartir mi opinion personal
 271 informarme y dar mi opinion
 272 Entretenerme, informar, compartir opinion
 273 Entretenerme, informar, moda, comprar productos
 274 Entretenerme, informar, comprar productos
 275 Entretenerme, informar, compartir opinion, conseguir dinero, trabajo
 276 Entretenerme, buscar productos que comprar
 277 Informarme, buscar productos para comprar
 278 moda, Comprar productos, por trabajo
 279 Entretenerme, informarme, compartir mi opinion
 280 Entretenerme, informar, productos por comprar
 281 Entretenerme
 282 Entretenerme, ver comentarios en mis fotos, informarme
 283 Entretenerme, moda, Productos que comprar
 284 Entretenerme, buscar relaciones, compartir fotos y ver comentarios, ser influyente
 285 Entretenerme e informar
 286 Informarme e informar a los demas
 287 Entretenerme, informarme, productos que comprar
 288 Entretenerme e informar
 289 Entretenerme, informar, compartir opinion
 290 xxxx
 291 xxxx
 292 Entretenerme
 293 xxxx
 294 xxxx
 295 Informarme
 296 entretenerme

C. Proceso de sistematización de respuestas de los cuestionarios aplicados a los 95 estudiantes

CURSO	SEXO	EDAD	RS FAVORITA	TIEMPO EN LA RS	LO QUE MAS TE GUSTA DE LA RS	ASOCIACIONES QUE GENERA LA RS	CONTENIDO QUE COMPARTE	CONTENIDO PREFERIDO	MOTIVACION DE USAR LAS RS
9	M	15	Facebook	4	Memes	INTRIGA, RISA	HUMOR, BAILES, MUSICA, DEPORTES	HUMOR, MUSICA, DEPORTE	Para entretenerme y jugar, informarme e informar a otros y para encontrar
9	F	14	Facebook	6	Me entero de cualquier cosa sin salir de casa	ALEGRIA	CUIDADO PERSONAL	CUIDADO PERSONAL	Jugar y buscar productos que comprar
9	F	15	Tik Tok	2	Expresar y compartir las cosas que me gustan	ALEGRIA, TRISTEZA, RELAJACION	MUSICA, DEPORTES	MUSICA, BAILES, EDUCATIVO	Compartir mi opinion personal
9	F	14	WhatsApp	4	Me gusta poder comunicarme con mis amigos	ALEGRIA, TRISTEZA	BAILES, MUSICA	CUIDADO PERSONAL, EDUCATIVO	Jugar, informarme, recibir comentarios de fotos o videos, encontrar productos
9	M	16	Facebook	8	Compartir cosas que me gustan	ALEGRIA, TRISTEZA, ENOJO	HUMOR, DEPORTES	HUMOR, DEPORTES	Entretenerme, presumir mi estilo de vida
9	F	16	Facebook, Instagram	3	Ver videos, deportes y baile	FELIZ, TRISTE	DEPORTES	CUIDADO PERSONAL, DEPORTES	Jugar, informarme, moda o estatus social, ser un influencer, conseguir
9	F	15	Tik tok	8	Ver videos productivos y de mi gusto	FELICIDAD, TRISTEZA, ANSIEDAD	HUMOR, MUSICA, BAILES	BAILES, MUSICA, RECETAS	Por moda o estatus social
9	F	14	Instagram	8	Puedo subir todo lo que hago en el dia, mis videos	FELICIDAD	CUIDADO PERSONAL, MUSICA, BAILES	CUIDADO PERSONAL	Informarme e informar a otros, ser influencer.
9	F	15	Twitter	2	puedo ver cosas de politica y Harry Potter	TRISTEZA, FELICIDAD	HUMOR, EDUCATIVO	HUMOR, CUIDADO PERSONAL Y EDUCATIVO	Entretenerme, informarme, opinion personal.
9	F	14	Facebook	9	Me entero de cualquier cosa sin salir de casa	ALEGRIA	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, BAILES, MUSICA	Entretenerme, encontrar productos que comprar
9	M	16	Facebook	5	Me gusta enterarme de la vida de los demas	FELICIDAD, TRISTEZA	HUMOR, MUSICA, BAILES	CUIDADO, DEPORTES	Entretenerme para jugar
9	F	14	Tik tok	4	Me gusta el humor, educativo, series, películas	MUCHAS EMOCIONES	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR	Entretenerme, jugar, informarme
9	F	14	Tik tok	2	Videos	FELICIDAD, TRISTEZA, ALEGRIA	HUMOR	HUMOR, MUSICA, BAILES	Entretenerme jugar
9	F	15	Tik tok	4	Conversar con mis amigos	MUCHAS EMOCIONES	HUMOR	HUMOR, BAILES, MUSICA	Entretenerme, informarme
9	M	15	Facebook	8	xxxxxxx	FELICIDAD, TRISTEZA	HUMOR, MUSICA, BAILES	CUIDADO PERSONAL, MUSICA, BAILES	Entretenerme, buscar productos que comprar
9	F	14	Instagram	5	El contenido que ofrece	ALEGRIA	HUMOR, DEPORTES	CUIDADO PERSONAL, DEPORTES	Informarme e informar a otros
9	F	15	Facebook	2	Subir fotos	FELICIDAD, ANSIEDAD	HUMOR, MUSICA, BAILES	BAILES, MUSICA, RECETAS	Compartir mi opinion y buscar relaciones sociales.
9	F	15	Facebook, Tik Tok	9	Subir videos y fotos	ALEGRIA, TRISTEZA, ANSIEDAD	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, BAILES, MUSICA	jugar, recibir comentarios de mis fotos, moda o status social, comprar
9	F	14	WhatsApp	3	Leer informaciones	ALEGRIA, ANSIEDAD, TRISTEZA	FRASES, BAILES, MUSICA	CUIDADO PERSONAL, BAILES, MUSICA	Entretenerme, informarme o informar a otros
9	M	14	Facebook	2	Videos de humor o deporte	ALEGRIA, TRISTEZA	HUMOR, DEPORTES	HUMOR, DEPORTES	Entretenerme, informarme e informar a otros
9	F	14	Tik tok, Facebook	4	Videos de bailes y memes	FELICIDAD	HUMOR, BAILES, MUSICA	BAILES, MUSICA	Informarme, compartir opiniones, recibir comentarios sobre fotos y videos
9	F	14	Tik tok	5	Me distrae	FELICIDAD	HUMOR, BAILES, MUSICA	BAILES, EDUCATIVO, MUSICA	Entretenerme, informarme e informar a otros, productos que comprar
9	F	13	Tik tok	5	Me entretengo rapido, ver videos	TRISTEZA, FELICIDAD	BAILES, MUSICA	HUMOR, BAILES, MUSICA	Para entretenerme e informarme
9	F	13	Pinterest	2	Me distrae	FELICIDAD	MUSICA, DEPORTES	MUSICA, BAILES, DEPORTES	Entretenerme y jugar
9	F	15	Tik tok	2	Me distrae	FELICIDAD	BAILES, MUSICA	BAILES, MUSICA	Entretenerme, compartir mi opinion
9	M	14	Youtube	2	Su contenido diverso	FELICIDAD, TRISTEZA	HUMOR	HUMOR, DEPORTE	Entretenerme y jugar
11	F	16	Pinterest	3	Ver videos que enseñen	ALEGRIA, TRISTEZA, SERENIDAD	HUMOR, MUSICA, DEPORTES	HUMOR, BAILES, MUSICA	Entretenerme, jugar, productos para comprar
11	F	16	TMO	5	Contenido educativo y entretenimiento	TRANQUILIDAD	HUMOR, EDUCATIVO	HUMOR	Ser influyente
11	F	16	Facebook	8	Interactuar con personas que conozco	FELICIDAD, ALEGRIA, TRISTEZA	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, MUSICA, BAILES	para entretenerme y jugar, para informar o informar a los demas
11	F	16	Instagram, Tik tok, V	10	ver videos, chatear, ver fotos, subir videos	ALEGRIA, TRISTEZA, ENOJO	HUMOR, MUSICA, BAILES	BAILES, MUSICA	Entretenerme, informarme o ser influyente
11	M	18	Facebook	6	Ver videos, noticias, imágenes	TRANQUILIDAD, ENOJO	HUMOR, BAILES, MUSICA, DEPORTES	HUMOR, BAILES, MUSICA, RECETAS, DEPORTES	Entretenerme, jugar, informarme, comprar productos, conseguir dinero
11	M	18	Instagram	2	Editar imagenes, la publicidad, ver videos	ALEGRIA, MOTIVACION	HUMOR, EDUCATIVO	HUMOR, RECETAS	Informarme e informar a los demas, buscar objetos para comprar
11	F	18	Instagram, Tik tok	9	Ver famosos e influencer, ver videos	FELICIDAD, TRISTEZA	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, CUIDADO PERSONAL, EDUCATIVO	Entretenerme, moda, estilo de vida
11	F	17	Facebook, Tik tok	4	Interactuar con personas que conozco	ALEGRIA	HUMOR, MUSICA, BAILES	BAILES, MUSICA, DEPORTES	Entretenerme, productos para comprar
11	F	16	Facebook, Tik tok	13	Puedo informar	ALEGRIA, TRISTEZA	HUMOR	BAILES, MUSICA	Entretenerme, informar a otros
11	M	16	Tik tok	3	Me distrae cuando estoy aburrido	FELICIDAD	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, DEPORTES	Entretenerme, informarme, comprar productos
11	F	16	Facebook	6	Me entretiene y divierte	ALEGRIA, TRISTEZA, REFLEXION	HUMOR, EDUCATIVO	HUMOR, EDUCATIVO	Entretenerme, informar a otros
11	F	16	Tik tok	10	Todos los contenidos	ALEGRIA, TRISTEZA	HUMOR, MUSICA, BAILES	HUMOR, CUIDADO, MUSICA	Entretenerme, compartir opinion, moda o estatus



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00028
Matrícula: 2213801320

LA CIRCULACIÓN DE LAS
EMOCIONES DE LOS
ADOLESCENTES EN LA RED
SOCIAL FACEBOOK: ESTUDIO DE
CASO EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA, COLOMBIA.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 10:00 horas del día 26 del mes de agosto del año 2024 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DRA. SILVIA GUTIERREZ VIDRIO
DR. RAUL ROMERO RUIZ
DR. MARCO ANTONIO GONZALEZ PEREZ
DR. JOSUE RAFAEL TINOCO AMADOR

Bajo la Presidencia de la primera y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRA EN PSICOLOGÍA SOCIAL

DE: KENDY PAOLA TAPIA DÍAZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, la presidenta del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.



REVISÓ
[Signature]
MTRA. ROSALÍA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE CSH
[Signature]
DRA. SONIA PÉREZ TOLEDO

PRESIDENTA
[Signature]
DRA. SILVIA GUTIERREZ VIDRIO

VOCAL
[Signature]
DR. RAUL ROMERO RUIZ

VOCAL
[Signature]
DR. MARCO ANTONIO GONZALEZ PEREZ

SECRETARIO
[Signature]
DR. JOSUE RAFAEL TINOCO AMADOR